

UNIVERSITÄT VAASA

Philosophische Fakultät

Institut für Deutsche Sprache und Literatur

Pauliina Nissilä

Von Eisbärbaby-Hype zu Mr Möchte-gern-Cool

Zur Bildung und Funktion von Okkasionalismen in der Jugendzeitschrift
Bravo

Magisterarbeit

Vaasa 2009

INHALTSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG	7
1.1	Ziele und Hypothesen	7
1.2	Methode und Material	8
1.3	Aufbau der Arbeit	9
2	NEOLOGIE	10
2.1	Der Begriff <i>Neologismus</i>	10
2.2	Okkasionelle versus usuelle Bildung	12
2.3	Problematisierung	13
2.3.1	Reihenbildungen	14
2.3.2	Lexikalisiertheit	15
2.4	Die Funktionen von Wortneubildungen	18
3	OKKASIONALISMUS	21
3.1	Definitionen des <i>Okkasionalismus</i>	21
3.2	Bildung und Verwendung okkasioneller Wörter	22
4	WORTBILDUNG	24
4.1	Wortbildung und Neologie	24
4.2	Wortbildungsarten mit Konstituentenstruktur	25
4.2.1	Komposition (Zusammensetzung)	26
4.2.2	Explizite Derivation (Ableitung)	27
4.2.3	Reduplikation (Doppelung)	28
4.3	Wortbildungsarten ohne Konstituentenstruktur	29
4.3.1	Konversion (Wortartwechsel)	29
4.3.2	Implizite Derivation	29
4.3.3	Retrograde Derivation (Rückbildung)	30
4.4	Kurzwörter und Kurzwort-Wortbildung	30
4.5	Onymische und deonymische Komposition	31
4.6	Anglizismen	32

4.7	Bindestrich	34
5	JUGENDSPRACHE	36
5.1	Zu den Termini <i>Sondersprache</i> und <i>Jugendsprache</i>	36
5.2	Entstehung der Jugendsprache	38
5.3	Merkmale der Jugendsprache	38
5.4	Jugendsprache anstatt Standardsprache	41
6	OKKASIONALISMEN IN DER JUGENDZEITSCHRIFT <i>BRAVO</i>	43
6.1	Die Jugendzeitschrift <i>Bravo</i>	44
6.2	Wortbildung	45
6.2.1	Komposition	45
6.2.2	Konversion und Derivation	48
6.2.3	Kurzwörter und Kurzwort-Wortbildung	48
6.2.4	Onymische und deonymische Komposition	49
6.3	Merkmale der okkasionellen Bildungen	51
6.3.1	Anglizismen	53
6.3.2	Bindestrich	55
6.5	Ergebnisse	58
7	ZUSAMMENFASSUNG	60
8	LITERATURVERZEICHNIS	63
8.1	Primärliteratur	63
8.2	Sekundärliteratur	63
ANHANG		
Anhang 1. Das Korpus der Arbeit		66
Anhang 2: Anglizismen		70

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Mehrgliedrige Komposita	47
Tabelle 2: Kurzwörter	49
Tabelle 3: Onymische und deonymische Komposita	51
Tabelle 4: Adjektive	52

VAASAN YLIOPISTO
Humanistinen tiedekunta

Laitos:	Saksan kielen ja kirjallisuuden laitos
Tekijä:	Pauliina Nissilä
Pro gradu -tutkielma:	Von <i>Eisbärbäby-Hype</i> zu <i>Mr Möchte-gerne-Cool</i> Zur Bildung und Funktion von Okkasionalismen in der Jugendzeitschrift <i>Bravo</i>
Tutkinto:	Filosofian maisteri
Oppiaine:	Saksan kieli ja kirjallisuus
Valmistumisvuosi:	2009
Työn ohjaaja:	Mariann Skog-Södersved

TIIVISTELMÄ:

Tässä pro gradu-tutkielmassa suoritetaan korpuspohjainen tutkimus saksankielisistä uudissanoista, tarkemmin ottaen satunnaisesti käytettävistä okkasionalismeista. Tutkimuspohjana käytetään kahta vuonna 2008 ilmestynyttä saksalaista *Bravo*-nuortenlehteä. Lehden artikkelit kertovat mm. nuorten idoleista, ajankohtaisista trendeistä sekä julkisuuden henkilöistä. Tutkimuksessa otetaan huomioon koko lehti kuvatekstit mukaan lukien. Korpus muodostuu kaiken kaikkiaan 250 sanasta. Korpukseen hyväksyttävien sanojen kriteerinä käytetään kahta saksankielistä sanakirjaa.

Tutkielman päätarkoituksena on selvittää, miten okkasionalismit on muodostettu. Lisäksi halutaan saada selville, mitä okkasionalismien käytöllä yritetään saavuttaa, eli mikä näiden sanojen tarkoitus on. Tutkielmassa kiinnitetään myös huomiota sanojen yleisiin tunnusmerkkeihin. Koska kansainvälisyys on nykyajan trendi, halutaan myös selvittää, minkälainen vaikutus anglismeilla on uudissanoihin.

Tutkimustulokset osoittavat selvästi, että okkasionalismit muodostetaan useimmiten yhdyssanojen avulla. Suuri osa yhdyssanoista on myös moniosaisia. Toinen selvä tulos on anglismien käyttö – yli puolet korpuksen sanoista sisältää anglismin. Suurin osa sanoista on myös substantiiveja. Okkasionalismien tyypillisiä piirteitä ovat yhdysviivan käyttö sekä sanojen kuvaileva tyyli. *Bravo*-lehdessä esiintyvät okkasionalismit ovat selvästi nuorille suunnattuja, koska ne käsittelevät nuorille tärkeitä asioita: muotia, musiikkia sekä rakkautta. Uudissanojen tärkein tehtävä on puolestaan uuden ilmiön tai tapahtuman nimeäminen. Lisäksi ne herättävät huomiota, sekä luovat nuorille yhteenkuuluvaisuuden tunteen.

Avainsanat: Neologismus, Okkasionalismus, Wortbildung, Jugendsprache, Anglizismus

1 EINLEITUNG

Die Sprache ist wie ein Instrument – man kann vieles mit ihr kreieren. Mit den Wörtern kann man spielen, sich ausdrücken, aber auch Informationen geben und bekommen. Wenn es keine Wörter für ein gewisses Geschehen gibt, kann man sie selbst schaffen. Um ein gewisses Handeln genau zu beschreiben, brauchen wir neue Wörter, die uns exakte Information geben. Diese okkasionellen Bildungen bzw. Augenblicksbildungen werden in dieser Arbeit näher betrachtet. Ich finde die Welt der Wörter sehr faszinierend, und deshalb habe ich Neologie als Thema der Arbeit gewählt.

In einer früheren kleinen Untersuchung habe ich Neologismen in politischen Artikeln untersucht. Jetzt möchte ich herausfinden, ob Neologismen auch so häufig in einem anderen Bereich vorkommen. In dieser Arbeit wird die Jugendzeitschrift *Bravo* untersucht. Weil die Sprache der Jugendlichen oft sehr wechselvoll und lebendig ist, werden in der Arbeit nur okkasionelle Bildungen betrachtet.

1.1 Ziele und Hypothesen

Laut Matussek (1994: 32) sollte man Wortneubildungen mehr untersuchen, weil man an diesen die Wortbildungsprozesse am besten studieren kann. In dieser Arbeit spielt Wortbildung eine große Rolle, und das Hauptziel der Arbeit ist zu untersuchen, wie die okkasionellen Bildungen gebildet sind. In der Arbeit wird auch untersucht, ob die okkasionellen Bildungen typische Merkmale haben. Diese sind Züge, die mehrmals in den Bildungen vorkommen. Um herauszufinden, warum man eigentlich okkasionelle Bildungen verwendet, werden die Funktionen dieser Bildungen auch untersucht, d. h. was wird durch ihre Verwendung erzielt? Weil Fremdelemente in meiner früheren Untersuchung eine große Rolle spielten, werden Fremdelemente auch in dieser Arbeit betrachtet. Anders gesagt, was ist die Rolle der Fremdelemente im jugendspezifischen Wortschatz? Obwohl es Fremdelemente unterschiedlicher Herkunft gibt, werden in der Arbeit nur Anglizismen betrachtet.

Es wird vermutet dass die Anglizismen eine große Rolle bei den Okkasionalismen der Jugendsprache spielen. Diese Vermutung basiert auf der Theorie von Schlobinski, Kohl und Ludewigt (1993: 27). Zweitens wird vermutet, dass Okkasionalismen meistens durch Komposition gebildet sind. Diese Hypothese stelle ich auf, weil die Komposition zu den wichtigsten Wortbildungsarten im Deutschen gehört, und weil neue Substantive allermeist durch Komposition entstehen (Krieg 2005: 57). Weil das Thema der Arbeit Neologie ist, spielt die Komposition auch eine wichtige Rolle, weil man durch Komposita den Wortschatz erweitern kann.

1.2 Methode und Material

In der Arbeit wird eine korpusbasierte Analyse durchgeführt. Das Korpus der Arbeit besteht aus zwei Ausgaben der Jugendzeitschrift *Bravo*, die im Jahr 2008 erschienen sind. Alle gefundenen okkasionellen Bildungen, auch diejenigen, die in Bildtexten zu finden sind, werden in der Untersuchung analysiert. Insgesamt umfasst das Korpus 250 Okkasionalismen.

Als theoretische Grundlagen werden u. a. die Werke von Fleischer/Barz (1992), Elsen (2004), Ehmann (1992) und Androutsopoulos (1998) benutzt. Einige Artikel, z. B. von Irmhild Barz (1998) und Wolfgang Teubert (1998) sind auch für diese Arbeit wichtig. Als Kriterien für Okkasionalismen werden folgende Wörterbücher verwendet: *Deutsches Neologismenwörterbuch* (2007) und *Duden – Deutsches Universalwörterbuch* (2007) (fortan DUW). Wenn also die Wörter nicht in diesen zwei Wörterbüchern zu finden sind, werden sie als Okkasionalismen behandelt.

1.3 Aufbau der Arbeit

Die Arbeit beginnt mit Theorie über die Begriffe *Neologismus*, *okkasionelle Bildung* und *usuelle Bildung*. Weil diese Begriffe unterschiedlich definiert werden, ist die Problematisierung der Begriffe ein wichtiger Teil der Arbeit. Bei der Problematisierung ist die Lexikalisierung wichtig – wie weiß man also, ob ein Wort neu ist? Im zweiten Kapitel werden auch die Funktionen der Neologismen diskutiert. Im dritten Kapitel wird der Begriff *Okkasionalismus* näher erklärt, und z. B. die Bildung und Verwendung von okkasionellen Bildungen werden betrachtet.

Im vierten Kapitel werden die Wortbildungstypen präsentiert und definiert. Der Zusammenhang zwischen Neologie und Wortbildung wird auch betrachtet. Im vierten Kapitel werden auch die typischen Merkmale der Wortbildung und der Jugendsprache – Bindestrich und Anglizismen – diskutiert. Weil die Arbeit eng mit Jugendsprache verbunden ist, wird der Begriff *Jugendsprache* im fünften Kapitel diskutiert und typische Merkmale der Jugendsprache werden erläutert. Außerdem wird diskutiert, warum Jugendliche eigentlich die Jugendsprache verwenden.

Nach den theoretischen Grundlagen folgt der Analyseteil der Arbeit. In Kapitel 6 wird das Korpus der Arbeit vorgestellt. Weil die Zeitschrift *Bravo* als Grundlage der Untersuchung dient, wird sie auch kurz präsentiert. In diesem Kapitel werden die Resultate der untersuchten Jugendzeitschrift besprochen. Zuerst werden die Okkasionalismen nach den Wortbildungsarten analysiert, danach werden die typischen Merkmale der Okkasionalismen diskutiert. Zum Schluss werden noch die Funktionen der Okkasionalismen besprochen.

In Kapitel 7 werden die Ergebnisse zusammengefasst und Ideen für spätere Untersuchungen erläutert. Das Literaturverzeichnis findet sich in Kapitel 8. Die belegten Okkasionalismen sind am Ende der Arbeit aufgelistet.

2 NEOLOGIE

Neologie als Terminus ist nicht so einfach zu definieren. Es gibt viele unterschiedliche Definitionen und Termini, und auch bei der Bestimmung variieren die Ansichten. In der vorliegenden Arbeit wird Neologie als eine Gesamtheit betrachtet, die die Bildung der neuen lexikalischen Einheiten, also Neologismen, bezeichnet.

Weil es Schwierigkeiten mit der Definition gibt, spielt die Problematisierung des Begriffs eine bedeutende Rolle in der Arbeit. In diesem Kapitel wird der Begriff *Neologismus* näher betrachtet, und die Termini *okkasionele* und *usuelle Bildung* werden erklärt. Die Funktionen der Wortneubildungen werden auch besprochen. Obwohl Okkasionalismen im Mittelpunkt der Arbeit stehen, werden Neologismen auch gründlich behandelt, weil diese zwei Termini ganz eng miteinander verbunden sind.

2.1 Der Begriff *Neologismus*

Laut Bußmann (2002: 463) ist *Neologismus* „ein neu eingeführter oder neuartig gebrauchter sprachlicher Ausdruck“. Neologismen sind schon zu einem gewissen Grade lexikalisiert, aber sie werden als neu empfunden. Neologismen entstehen, um neue Gegenstände und Konzepte zu benennen, und z. B. in den Bereichen Technik, Wissenschaft und Politik kommen sie oft vor (Bußmann 2002: 463). Nach Fleischer (1982: 16) „machen die Neologismen im Wortschatz einen engen Zusammenhang zwischen der Sprache und der gesellschaftlichen Entwicklung der Sprachträger deutlich“.

Wolfgang Teubert (1998: 132ff) bezeichnet Neologismen als neue Zeichenketten, die bisher nicht in Texten oder Wörterbüchern belegt sind. Eigennamen, flektierte Formen bereits belegter Wörter oder falsch geschriebene Wörter sind aber nicht als Neologismen zu zählen. Bevor ein Wort den Status *Neologismus* bekommt, muss es laut Teubert auch häufig vorkommen und sich in einigen Textsorten und Genres finden. Es sind aber nicht nur neue lexikalische Ausdrücke, die Neologismen sein können: „Auch

bereits in Wörterbüchern und Texten belegte lexikalische Ausdrücke können Neologismen sein, wenn neben vorhandene Bedeutungen eine neue Bedeutung tritt oder ein bisher monosemes Wort neuerdings polysem zu einem Homonym wird.“ (Teubert 1998: 135) Solche Neologismen kommen jedoch selten vor.

Ulrike Krieg teilt Neologismen in zwei Typen ein: *Neulexeme* und *Neubedeutungen*. Mit den Neulexemen meint Krieg solche Wörter, die bisher nicht vorhanden waren. Neubedeutungen sind dann solche Lexeme, die eine neue lexikalische Bedeutung bekommen. Krieg beschreibt den Verlauf der Neologismen folgenderweise: „Sie kommen in einem bestimmten Abschnitt der Sprachentwicklung in einer Kommunikationsgemeinschaft auf, breiten sich aus, werden als sprachliche Norm akzeptiert, und in dieser Zeit von der Mehrheit der Sprachbenutzer als neu empfunden“. (Krieg 2005: 50)

Anstatt des Begriffs *Neologismus* benutzt Irmhild Barz eher den Begriff *Wortneubildung*. Barz (1998: 12) beschreibt ganz genau die Entstehung einer Wortneubildung. Neue Wörter und Wortbildungsprodukte können laut Barz nach unterschiedlichen Merkmalen an Wörtern ausgegliedert werden. Bei neuen Wörtern ist das Merkmal die zeitliche Markierung, während bei Wortbildungsprodukten das Merkmal ihre morphologische und semantische Durchschaubarkeit bzw. Motiviertheit ist. Eine Wortneubildung kommt vor, wenn beide diese Merkmale zusammen bei ein und demselben Wort auftreten. (Barz 1998: 12)

Barz (1998: 12) erklärt, dass Wortneubildungen eine zeitlich markierte Untermenge aller Wortbildungsprodukte darstellen. Sie schreibt außerdem, dass „[...] nicht alle neuen Wörter Wortbildungsprodukte sind, und nicht alle Wortbildungsprodukte zu einem bestimmten Zeitpunkt neu sind“. Obwohl ein Wort neu erscheint, wird es nicht immer als neu empfunden (Barz 1998: 12). Barz betont auch, dass Wortbildung nicht die einzige Weise ist, neue Wörter zu schaffen – sie können auch durch Entlehnung, Bedeutungsbildung oder Phraseologisierung entstanden sein. Nach Barz sind Wortneubildungen demzufolge an zwei Gruppen abzugrenzen: von Entlehnungen,

Neosemantismen und Phraseologismen einerseits und von lexikalisierten Wortbildungsprodukten andererseits. (Barz 1998: 12)

In ihrem Werk *Neologismen* berichtet Hilke Elsen (2004: 12) jedoch, dass Wortbildung die wichtigste Möglichkeit ist, Neologismen zu schaffen. Es dreht sich aber nicht darum, dass man Einheiten zusammensetzt, sondern man versucht mit den Wörtern bestimmte Wirkungen zu erzielen. Beim Schaffen neuer Wörter spielen viele Faktoren eine Rolle: verschiedene Laut- und Morphemkombinationen, Ausspracheerleichterungen und Verstehbarkeit, sowie die Wahl der Wortbildungstechnik und die kommunikative Funktion der Wörter. Alle diese Faktoren können „[...] unterschiedliche klangliche, bildliche oder sonstwie assoziationsstragende Effekte auslösen“ (Elsen 2004: 12).

2.2 Okkasionelle versus usuelle Bildung

Wortneubildungen werden für gewöhnlich nach ihrem Lexikalisierungsgrad in zwei Gruppen gegliedert: *okkasionelle* und *usuelle Bildungen*. Nach Bußmann (2002: 405) sind usuelle Bildungen schon im Lexikon gespeichert und werden dort bei Gebrauch abgerufen. Usuelle Bildungen sind also Ausdrücke, die schon in eine Sprache gehören.

Okkasionelle Bildungen sind ihrerseits Neubildungen, „die spontan aus einem momentanen Bedarf heraus und in starker Kontextabhängigkeit entstehen“ (Bußmann 2002: 483). Nach Olsen (1986: 51) werden die okkasionellen Bildungen nicht als usuell erkannt, und deshalb sind ihre Bedeutungen nicht im Lexikon erfasst. Sie schreibt zudem, dass einige okkasionelle Bildungen ins Lexikon übergehen, wenn sie nur den Status „bekannt“ erreichen. Die Abgrenzung zwischen okkasionellen und usuellen Bildungen ist wieder schwer zu treffen, weil Akzeptabilität und Lexikalisierung von verschiedenen Faktoren abhängig sind (Barz/Schröder 2002: 57).

Barz (1998: 17) will jedoch einen Unterschied zwischen den Okkasionalismen und Neologismen machen, und deshalb fasst sie die durch Wortbildung entstandenen neuen

Wörter mit dem Terminus *Wortneubildung* zusammen. Teubert (1998: 133) ist auch der Meinung, dass Okkasionalismen nicht zu den Neologismen gehören.

Laut vielen Linguisten (z. B. Bußmann 2002 und Barz 1998) gehören die Ad-hoc-Bildungen, auch Augenblicksbildungen genannt, zu der Gruppe der okkasionellen Bildungen. In dieser Arbeit werden die Ad-hoc-Bildungen und okkasionellen Bildungen jedoch für Synonyme gehalten. Wie Bußmann (2002: 105) es formuliert, sind Ad-hoc-Bildungen „spontane, meist stark kontextgebundene Wortneubildungen zur Bezeichnung von neuen oder bisher nicht benannten Sachverhalten“. Ad-hoc-Bildungen entstehen, wenn man Wortbildungsregeln mit Einheiten des Lexikons kreativ verwendet. Sie gehören aber nicht zum dauerhaften Bestandteil des Lexikons (Bußmann 2002: 405). Es besteht natürlich immer die Möglichkeit, dass okkasionelle Bildungen sich zu usuellen Bildungen entwickeln und dann lexikalisiert werden können. Solche Entwicklungen sind aber schwer voraussehbar.

2.3 Problematisierung

Im Bereich der Neologie wendet man viele unterschiedliche Begriffe an, und manchmal können die Definitionen auch Probleme oder Verwirrung verursachen. Aus diesem Grund wird die Problematisierung jetzt in einem eigenen Unterkapitel behandelt. Im Folgenden werden z. B. unterschiedliche Begriffe berücksichtigt und es wird diskutiert, was eigentlich ein „neues“ Wort ist.

Wenn man den Bereich Neologie untersucht, kommen u. a. folgende Begriffe vor: *Wortneubildung*, *Neologismus*, *Ad-hoc-Bildung*, *Spontanbildung*, *Augenblicksbildung*, *Okkasionalismus*, *Wortschöpfung*, *nicht-lexikalisierte Bildung* und *nicht-usuelle Bildung*. Nach Matussek (1994: 33) ist es ein bisschen irreführend, dass man Wortneubildungen mit Ad-hoc-Bildungen oder Augenblicksbildungen identifiziert, weil alle Lexeme nicht nur für den momentanen Bedarf gebildet sind. Matussek berichtet weiter, dass auch nicht alle Wortneubildungen zu Neologismen werden. Ein Neologismus wird also oft als eine schon lexikalisierte Einheit verstanden. Laut

Matussek (1994: 33) könnten diese verschiedenen Begriffe Subkategorien des Phänomens *Wortneubildung* sein, aber sie könnten nicht den ganzen Bereich selbst bezeichnen.

Wenn man tiefer in die Bereiche des Phänomens Wortneubildung geht, kann man feststellen, dass es zwei Pole gibt. Der erste Pol besteht aus Wortneubildungen, die für einen Moment gebildet sind, und die nicht weiter verwendet werden. Laut Matussek (1994: 37) steht jede Wortneubildung irgendwann einmal an diesem Pol, weil alle Wörter in irgendeinem Moment entstanden sind. Der andere Pol umfasst im Gegenteil die Neubildungen, die schon in einem Wörterbuch sind. Matussek schreibt, dass sich an diesem Pol eigentlich keine Neubildungen befinden „[...] da beim textuelle[n] Vorkommen dieser Wörter in der Regel nicht mehr der aktuelle Bildungsprozess stattfindet“ (Matussek 1994: 37).

Die Einteilung in die zwei oben genannten Pole ist aber nicht so einfach, weil es auch Übergänge gibt. Probleme verursachen solche Wortbildungen, die nicht in einem Wörterbuch zu finden sind, die aber trotzdem weiter verwendet werden. Solche komplexen Lexeme, die zu diesem Zwischenbereich gehören, sind also nicht Augenblicksblicksbildungen, aber man kann sie auch nicht in einem Wörterbuch finden. (Matussek 1994: 38) Mehr zu diesem Thema in Kapitel 2.3.2.

2.3.1 Reihenbildungen

Die Reihenbildungen müssen in dieser Arbeit problematisiert werden, weil sie wichtig für das ganze Endergebnis sind. Was problematisch bei der Bestimmung der Neologismen erscheint, ist, ob man die Reihenbildungen als Neologismen betrachten kann.

Laut Eichinger (2000: 55) ist die Verbindung zwischen Neologismen und Reihenbildungen wichtig, weil „[...] wir Neubildungen durch Anschluss an Reihen bereits bekannter Wörter interpretieren“. Als Beispiel verwendet er den Titel von Peter Handke „Mein Jahr in der Niemandsbucht“. Das Wort *Niemandsbucht* hält er für eine

relativ auffällige Ad-hoc-Bildung. Dieses Wort basiert aber auf dem Wort *Niemandsland*, das eine idiomatisierte Bildung ist. Nach Barz (1998: 18) erweist sich das *Wörterbuch der deutschen Gegenwartssprache* sehr nützlich, „weil es in den einzelnen Artikeln auch systematisch typische Komposita auflistet, in denen das betreffende Stichwort Zweitglied ist“.

Reihen- oder Serienbildungen sind also Wörter, die ein gleiches Grund- oder Bestimmungswort haben. Diese Bildungen sind besonders für die Determinativkomposita charakteristisch. Mit den Reihenbildungen entstehen immer weitere Bildungen, die es ermöglichen, präzisere Ausformungen zu schaffen, z. B. *Volksbildung*, *Volksbücherei*, *Volkshochschule* und *Volksuniversität*. (Fleischer 1982: 88)

In dieser Arbeit werden mögliche Reihenbildungen jedoch als okkasionelle Bildungen betrachtet, wenn sie die Kriterien der vorliegenden Arbeit erfüllen.

2.3.2 Lexikalisierung

Wie kann man dann wissen, ob ein Wort neu oder nicht neu ist? Im Folgenden werden unterschiedliche Aspekte der Bestimmung eines neuen Wortes diskutiert. Basierend auf den Theorien von Matussek, Fleischer und Barz wird u. a. reflektiert, was ein „neues“ Wort ist, und ob Wörterbücher die Neuheit eines Wortes bestimmen können.

Laut Matussek (1994: 34) ist es sehr schwierig, Kriterien dafür anzugeben, wann ein Wort neu ist. Das hängt damit zusammen, dass die Wörter nicht immer neu sind, sondern einige Wörter werden im weiteren Zeitverlauf lexikalisiert. Auch Krieg (2005: 50) ist der Meinung, dass es schwer ist, genaue Kriterien dafür anzugeben, wann ein Wort „neu“ ist.

Die Dimension der Zeit ist laut Teubert problematisch, aber für das Neologismenproblem fundamental. Nach Teubert sind Wörter neu, wenn es sie nicht bisher im Kernwortschatz gegeben hat. Wenn man an die Eigenschaften eines

Neologismus denkt, müssen Neologismen laut Teubert über einen längeren Zeitraum vorkommen. Nach Teubert sind Neologismen also nicht mehr neu. (Teubert 1998: 134)

Laut Barz (1998: 13) ist das Wesen der Sprachverarbeitungsprozesse der Grund dafür, dass es Unsicherheiten bei der Bestimmung der Neuheit von Wortbildungsprodukte gibt. Barz kommentiert auch die Einstellungen des Empfängers:

Wenn man Rezipientenerwartungen als „Einstellungen des Empfängers gegenüber Sprachhandlungen“ versteht (Lerchner 1984: 254), die sich aus Sachkenntnis, Spracherfahrung und Sprachwissen, also aus der im Langzeitgedächtnis verankerten Sach- und Sprachkompetenz entwickeln, dann liegt auf der Hand, daß sich Rezipientenurteile über die Neuheit lexikalischer Einheiten aus individuellen Wissen ergeben und demnach ganz verschieden ausfallen können. (Barz 1998: 13f.)

Barz (1998: 14) erklärt jedoch, dass „je stärker eine Wortneubildung zu dem Wissen des Rezipienten in Widerspruch gerät, um so stärker ist ihr Neuheitseffekt“. Diese Behauptung funktioniert auch umgekehrt: je mehr bekannte Züge das neue Wort enthält, je geringer ist der Neuheitseffekt.

Barz (1998: 14ff.) berichtet auch über drei sprachliche Faktoren, die man als Determinanten des Neuheitseffektes bezeichnen könnte: 1) die Regelmäßigkeit der Bildung einschließlich der Bekanntheit der motivierenden lexikalischen Einheiten, 2) die kontextfreie Verständlichkeit des neuen Wortes, 3) die allmählich einsetzende Lexikalisierung. Mit regelmäßig gebildeten Wörtern meint Barz „[...] solche Wortneubildungen, die an eine Reihe gleichstrukturierter lexikalisierter Wörter, an ein Wortbildungsparadigma, angeschlossen werden können“ (Barz 1998: 14). Weil ein Teil der Reihenbildung immer bekannt ist, wirken regelmäßig gebildete neue Wörter nicht so neu wie unregelmäßig gebildete. Sie fallen also nicht besonders auf. (Barz 1998: 14f.) Mehr über Reihenbildungen in Kapitel 2.3.1.

Mit der kontextfreien Verständlichkeit meint Barz nicht die Behauptung, dass unverständliche Wörter immer einen Neuheitseffekt auslösen. Laut Barz sollte man mehr das Verhältnis zwischen der Textbindung der Bedeutung eines neuen Wortes und

deren Neuheitseffekt betrachten: „[...] je stärker die Textbindung, um so höher der Neuheitseffekt“ (Barz 1998: 16).

Die dritte Worteigenschaft, die in Zusammenhang mit dem Neuheitseffekt wichtig ist, ist laut Barz der Lexikalisierungsgrad. Nach Barz ist die fehlende Lexikalisiertheit ein Definitionsmerkmal von Wortneubildungen. Was wieder problematisch erscheint, ist den Nachweis über die Lexikalisiertheit zu führen. Barz schreibt jedoch dazu, dass das Fehlen lexikalischer Einheiten in den Wörterbüchern kein sicheres Merkmal für ihre Neuheit ist. Wie schon früher festgestellt wurde, werden Wortneubildungen nach ihrem Lexikalisiertheitsgrad normalerweise in okkasionelle Bildungen und usuelle Neologismen gegliedert. Nur ein Teil der Okkasionalismen geht in den Wortschatz ein. (Barz 1998: 17f.)

Es gibt allerdings Uneinigkeiten unter den Sprachforschern, ob Lexikalisiertheit ein gutes Kriterium ist oder nicht. Nach Fleischer (1982: 15) sind einsprachige Wörterbücher nicht gut, um die Neuheit lexikalischer Einheiten zu bestimmen, weil diese mit der tatsächlichen Entwicklung des Wortschatzes nicht völlig Schritt halten können. Deshalb fehlen Wörter, die schon seit langem bekannt sind. Laut Barz (1998: 15) können unverständliche Wörter auch dann einen Neuheitseffekt auslösen, wenn sie bereits lexikalisiert sind. „Obwohl jede lexikalische Einheit irgendwann neu aufkommt, wird ihre Neuheit nicht von allen Sprachbenutzern gleichermaßen erkannt [...]“ (Barz 1998: 12). Die Identifizierung neuer Wörter hängt also auch vom individuellen Wortschatz und der individuellen Sprachkompetenz ab. Auch Matussek (1994: 34) stimmt mit Krieg überein: „so bleibt das Urteil über eine im Text auftretende WBK als ‚neu‘ in vielen Fällen bis zu einem gewissen Grad intuitiv – gemessen an der Kompetenz des Beurteilers“.

Obwohl Wörterbücher nicht immer passend sind, die Neuheit der Wörter zu bestimmen, werden in dieser Arbeit zwei Wörterbücher als Kriterien verwendet. Die Wörterbücher, die benutzt werden, sind *Deutsches Neologismenwörterbuch* (2007) und DUW (2007). Wegen ihrer Neuauflagen sind die Wörterbücher aktuell und deshalb anwendbar. Ich gehe also davon aus, dass alle Wörter, die nicht in diesen zwei Wörterbüchern zu finden

sind, Okkasionalismen sind. Sicher ist, dass die Wörter, die im Korpus vorkommen, nicht lexikalisiert sind. Natürlich soll beachtet werden, dass die Wörter im Korpus nicht unbedingt standardsprachlich sind, sondern mehr zu jugendspezifischem Wortschatz gehören. Die verwendeten Wörterbücher sind vorwiegend standardsprachlich. Aus diesem Grund sind die Wörter vielleicht nicht in den zwei genannten Wörterbüchern zu finden.

2.4 Die Funktionen von Wortneubildungen

Warum bildet man dann eigentlich neue Wörter und was ist der Sinn der Neubildungen? In diesem Kapitel werden die Funktionen besprochen, die häufig in Zusammenhang mit Wortneubildungen vorkommen. Die Unterscheidung der Funktionen basiert hauptsächlich auf der Theorie von Fleischer (1982) und Matussek (1994).

Es gibt viele Ursachen für die Bildung neuer Wörter. Fleischer (1982: 14ff.) erwähnt fünf verschiedene Gründe für die Entstehung der Neologismen. Zuerst entstehen neue Erscheinungen, die nur benannt werden müssen. Als zweiten Grund nennt er die Sprachökonomie, indem man die sprachlichen Ausdrücke rationalisiert.

Laut Fleischer (1982: 18) ist die dritte Ursache für die Entstehung neuer Wörter, dass man nach Verdeutlichung strebt. Als vierten Grund nennt er die stilistischen Faktoren. Dieser Grund ist besonders für Schriftsteller und Dichter relevant. Erben berichtet, dass speziell literarische Okkasionalismen eine besondere stilistische Funktion haben: „Sie erhellen, rücken auch schon Benanntes in ein besonderes Licht und schaffen Atmosphäre“ (Erben 2006: 74). Als Letztes erwähnt Fleischer, dass neue Bildungen auch ohne bewusste stilistische Absichten entstehen können. Dann fungieren sie als Benennungen für bereits vorhandene Begriffe oder bilden Synonyme.

Auch Matussek (1994: 35) erwähnt die Benennung als häufigste Funktion von Wortneubildungen: „das Auftreten neuer Gegenstände und Sachverhalte sowie neue Sichtweisen von Bekanntem bringen das Bedürfnis hervor, diesen Dingen Namen zu

geben, sie zu benennen“. Hier muss man aber bemerken, dass es keine direkte Beziehung zwischen dem Sprachzeichen und dem außersprachlichen Sachverhalt gibt – die Funktion der Wortneubildungen ist nicht, alle möglichen neuen Sachverhalte zu benennen. Laut Matussek haben die Wortneubildungen viele andere wichtigere Funktionen als diese.

Wie Fleischer, erwähnt auch Matussek die Sprachökonomie als eine weitere Funktion von Wortneubildungen. Man kann Information auf „[...] eine höchst ökonomische Art und Weise komprimieren“ (Matussek 1994: 36). Matussek (1994: 36) beschreibt noch eine dritte Funktion, Textfunktion: „[...] schließlich können Wortneubildungen eine Funktion in Bezug auf den Textverlauf haben“. Das heißt, dass es mit Hilfe von Rückgriffen und Vorgriffen möglich ist, die Aufmerksamkeit des Lesers/Hörers in Bezug auf den Textaufbau zu steuern. Hier schreibt Matussek auch von *anaphorischen* und *kataphorischen* Prozessen. Man kann über anaphorische Prozesse dann sprechen, wenn die Konstituenten einer Neubildung im Vortext der Neubildung vorkommen. Wenn die Konstituenten implizit oder explizit im Nachtext der Neubildung vorkommen, spricht man von kataphorischen Prozessen. (Matussek 1994: 36)

Fleischer schreibt auch, dass Neubildungen eine wichtige Funktion haben, die gesellschaftliche Entwicklung zu beschreiben. Besonders in politischen Artikeln spielen die Neubildungen eine große Rolle, und laut Fleischer sind die Neuprägungen auch manipulierend, z. B. *Arbeitsfrieden* und *Wohlstandsgesellschaft*. (Fleischer 1982: 16)

Wenn man die Sprache der Medien betrachtet, haben die Wortneubildungen auch unterschiedliche Funktionen. Wolfram Wilss bringt einige Funktionen zur Sprache. Besonders im Bereich der Politik ist es wichtig, Aufmerksamkeit zu wecken. Mit den Neubildungen kann man Meinungen beeinflussen und auf diese Weise das Verhalten der Menschen steuern. Man kann sich selbst behaupten, aber auch das Gruppenbewusstsein stärken. (Wilss 1986: 23)

Wortneubildungen spielen demnach eine wichtige Rolle sowohl für Individuen als auch für Gruppen. In der Jugendsprache haben die Neubildungen auch wichtige Funktionen,

weil die Jugendlichen oft Neuwörter und Neubedeutungen verwenden. Mit Neubildungen können sich Jugendliche besser ausdrücken, und gleichzeitig fühlen die Jugendlichen, dass sie zu einer speziellen Gruppe gehören. Mehr zu dem Zusammenhang zwischen Jugendsprache und Neubildungen in Kapitel 5.

3 OKKASIONALISMUS

Okkasionalismen stehen in der Arbeit im Mittelpunkt, und deshalb wird in diesem Kapitel der Begriff *Okkasionalismus* gründlich behandelt. Zuerst werden unterschiedliche Definitionen des Okkasionalismus besprochen, danach werden Bildung und Verwendung diskutiert.

3.1 Definitionen des *Okkasionalismus*

Wolfgang Teubert vergleicht die Begriffe *Okkasionalismus* und *Neologismus* im Artikel „Korpus und Neologie“ (1998). Laut Teubert kann man Okkasionalismen nicht zu den Neologismen zählen. Die Okkasionalismen sind nach ihm neue Zeichenketten, die sehr selten vorkommen. Neologismen sind seinerseits neue Zeichenketten, die eine bestimmte Häufigkeit erzielen müssen, und die in einer bestimmten Breite von Textsorten vorkommen. Wenn eine lexikalische Einheit dieses Ziel nicht erreicht, hat sie als Okkasionalismus zu gelten. Das bedeutet, dass sie als solche nicht zum Sprachsystem gehört. Teubert beschreibt Okkasionalismen auch als ad hoc gebildete Zusammensetzungen und Ableitungen, die nicht in ein Wörterbuch gehören. (Teubert 1998: 132ff.)

Man benutzt auch unterschiedliche Termini, wenn man von Okkasionalismen spricht. Ulrike Krieg (2005: 48) schreibt über *nicht-lexikalisierte Wörter*. Diese nichtusuellen Wörter sind laut Krieg ganz bzw. teilweise neu gebildet worden, und sind (noch) nicht im Lexikon gespeichert, sind aber lexikalisierbar. Sie wurden für eine bestimmte Situation geschaffen, und deshalb können nicht alle Sprecher einer Sprache die Bildungen erkennen. Die nichtusuellen Wörter werden nach Krieg gebildet, „[...] um eine Benennungslücke zu schließen oder eine vorhandene Benennung [...] zu variieren“ (Krieg 2005: 48). Nach *Die deutsche Rechtschreibung* (2006: 105) entstehen die Okkasionalismen, wenn man die Wortbildungsregeln kreativ anwendet.

Okkasionelle Bildungen sind keine Einheiten des Lexikons, weil sie nur textgebunden verwendet werden. Obwohl Okkasionalismen nicht ins Lexikon eingegangen sind, können sie mehr als nur einmal gebraucht werden. Natürlich ist das ungewöhnlich. Es ist genau „die statistische Häufigkeit der Wiederverwendung“, die bestimmt, ob Okkasionalismen zu Neologismen werden (*Die deutsche Rechtschreibung* 2006: 105). Wenn Okkasionalismen gebildet, gebraucht und verstanden worden sind, werden sie laut Krieg entweder wieder vergessen oder in den Wortschatz einer Gruppe aufgenommen. Das bedeutet, dass Okkasionalismen auch ein Teil einer Sprache werden können, wenn sie nur häufig verwendet werden. Aus diesem Grund ist es nach Krieg schwer, eine exakte Abgrenzung zwischen Neologismen und Okkasionalismen zu machen. Krieg teilt jedoch einige wesentliche Kriterien mit, die Neologismen von anderen Neubildungen, z. B. Okkasionalismen abgrenzen. Diese Kriterien sind Usualisierung, Lexikalisierung und Integration. (Krieg 2005: 51)

3.2 Bildung und Verwendung okkasioneller Wörter

Warum bildet man okkasionelle Wörter? Laut Krieg (2005: 69) „[...] müssen pragmatische und psycholinguistische Aspekte einbezogen werden, um den Gebrauch von Wortbildungsmodellen für Wortneubildungen zu erklären“. Zu diesen pragmatischen Aspekten gehört z. B., dass man die kommunikativen Anlässe zur Bildung eines neuen Wortes unterscheidet.

Nach Ortner kann man drei Motive für die Bildung neuer Wörter unterscheiden. Als erstes nennt er das Motiv, unbenannte Größen oder selten auftretende Sachen zu benennen. Zu dieser Gruppe gehören auch die Neubenennungen. Als zweites Motiv nennt er sprachsystematische Motive. Drittens können stilistische Motive zur Wortneubildung führen. Zu diesen stilistischen Motiven gehören u. a. spielerische, ironische und expressive Sprachmittel. (Krieg 2005: 70) Auch Matussek schreibt über die Funktionen der Wortneubildungen. (siehe Kapitel 2.4)

Laut Motsch gibt es gewisse Voraussetzungen dafür, warum neue Wörter gebildet werden. Zuerst nennt er die Benennung der Gegenstände, Geschehen und Eigenschaften. Alle diese erweitern das Lexikon.

Zweitens dienen neue Wörter der syntaktischen Umkategorisierung, d.h., die syntaktische Wortkategorie einer Lexikoneinheit wird geändert und damit die Möglichkeit geschaffen, „eine semantische Repräsentation in verschiedenen syntaktischen Strukturen zu verwenden“. (Motsch 1999, zit. nach Krieg 2005: 70f.)

Das dritte Motiv ist laut Motsch stilistisch. Neue Wörter, die nach stilistischen Prinzipien gebildet sind, bleiben oft nichtusuell. (Krieg 2005: 70f.)

Wenn man die Funktionen der Okkasionalismen berücksichtigt, sind sie den Funktionen von Wortneubildungen ganz ähnlich (siehe Kapitel 2.4). In *Die deutsche Rechtschreibung* (2006: 105) steht, dass Okkasionalismen unterschiedliche textspezifische Funktionen haben. Diese Funktionen sind Informationskonzentrierung, Ausgleich von Bezeichnungslücken und stilistische Effekte. Stilistische Effekte benutzt man besonders in den Medien.

4 WORTBILDUNG

Das folgende Kapitel ist wesentlich für die ganze Arbeit, besonders für die Analyse, weil das Hauptthema der Arbeit Wortbildung ist. In diesem Kapitel wird zuerst über den Zusammenhang zwischen Wortbildung und Neologie diskutiert. Zweitens werden die für dieser Arbeit wichtigen Wortbildungsarten präsentiert. Drittens werden noch zwei wichtige Elemente der Wortbildung diskutiert: der Bindestrich und die Anglizismen. Obwohl Anglizismen eigentlich nicht direkt zur Wortbildung gehören, wird der Begriff hier diskutiert.

4.1 Wortbildung und Neologie

Der Wortschatz erweitert sich laut Krieg (2005: 47) die ganze Zeit, weil das Bedürfnis nach neuen Sprachzeichen andauernd ist. Sowohl individuelle als auch gesellschaftliche Kommunikationsbedürfnisse ändern sich, was einen direkten Einfluss auf den Wortschatz hat. Neue Benennungen können auf unterschiedliche Weisen geschaffen werden. Man kann entweder neue Bedeutungen mit schon existierenden Sprachzeichen verbinden, oder neue Sprachzeichen bilden. Neue Sprachzeichen kann man durch Wortschöpfung oder Entlehnung bilden. Häufiger sind die Entlehnungen von fremdsprachigen Lexemen. Was aber die wichtigste Möglichkeit darstellt, ist die Wortbildung. (Krieg 2005: 47)

Woraus bildet man dann neue Wörter? Wortbildung geschieht nicht nur als Wortschöpfung, sondern man benutzt sprachliche Bauelemente, die schon vorhanden sind. Diese bereits vorhandenen Elemente bildet man weiter. Man kann auch Elemente von anderen Sprachen entlehnen. Wilss beschreibt den Normalfall der Wortbildung, der im Deutschen am häufigsten vorkommt, folgendermaßen: „Aufbau eines neuen Wortkomplexes aus sprachüblichen Einheiten, also Aufbau eines komplexen Sekundärzeichens aus elementaren Primärzeichen“ (Wilss 1986: 26).

Krieg (2005: 47) bezeichnet Wortbildung als ein Verfahren, „[...] bei dem auf der Grundlage von bereits vorhandenen, bekannten Lexemen und Morphemen nach bestimmten Regeln neue Wörter benutzt werden“. Laut Wills (1986: 21) ist Wortbildung wichtig und auch nötig. Deutsch ist eine entwickelte Kultur- und Literatursprache und, um mit der veränderlichen Wirklichkeit weitergehen zu können, gibt es einen Bedarf an neuen Wörtern. Um neue Wörter nennen zu können, braucht man namentlich Wortbildung.

Mit Wortneubildungen kann man Aufmerksamkeit erregen und Interesse wecken. Das machen vor allem Bildungen, die von der Norm abweichen. Krieg hat drei Sprachfaktoren hervorgehoben, die häufig verantwortlich für die Normabweichung okkasioneller Wörter sind. Erstens nennt sie *graphische Faktoren*, z. B. Bindestrich, Großbuchstaben und Anführungszeichen. Zu dieser Gruppe gehört auch die Getrennschreibung einzelner Lexeme, z. B. *Duo-Aktiv Complex*. Zweitens spricht sie über *morphologische Faktoren*. Mit diesen meint man das Hinzufügen oder Einsparen einzelner Wortteile oder Buchstaben, wie -e- bei *Schmusewolle*. Die dritte Gruppe heißt lexikalisch-semantische Faktoren. Für diese Gruppe ist typisch, dass man einzelne Wörter benutzt, die fachsprachlich oder fremdsprachlich sind, oder die nicht zum normalen Wortschatz gehören. Typisch ist auch die Kombination von fachsprachlichen oder fremdsprachlichen und usuellen Wörtern. Als Beispiel kann man *Animatic-Express-Handtuch* nehmen. (Krieg 2005: 49)

4.2 Wortbildungsarten mit Konstituentenstruktur

In dieser Arbeit wird der Aufteilung von Lohde gefolgt. Lohde (2006: 35) teilt die Wortbildungsarten in zwei größere Gruppen ein. Zuerst werden die Wortbildungsarten mit Konstituentenstruktur und dann die Wortbildungsarten ohne Konstituentenstruktur behandelt. Zuerst werden die Arten mit sog. UK-Struktur beschrieben.

4.2.1 Komposition (Zusammensetzung)

Die Komposition bildet die wichtigste Wortbildungsart in dieser Arbeit, weil der Hauptanteil des Korpus sich aus Komposita aufbaut. Auch in der deutschen Sprache allgemein spielt die Komposition eine wichtige Rolle, weil neue Substantive meistens durch Komposition entstehen (Krieg 2005: 57).

Komposita entstehen, wenn man zwei oder mehrere Wörter miteinander verbindet. Diese Teile sind *unmittelbare Konstituenten* (UK), aus denen sich die Konstruktion zusammensetzt. Man kann eine Konstruktion in größere Morphemeinheiten ordnen, z. B. *Ungeduld*: *un* + *Geduld*. Die Analyse der UK-Struktur kann jedoch schwer sein, weil es mehrere Bildungsmöglichkeiten geben kann. (Lohde 2006: 35f.) Eichinger (2000: 115) schreibt dazu, dass die für die Komposition benutzten Elemente häufig auch als selbstständige Wörter verwendbar sind.

Die unmittelbaren Konstituenten bestehen aus freien oder gebundenen Morphemen, und es gibt drei verschiedene Bildungsvarianten. Die erste Variante ist, dass das Kompositum aus freien Grundmorphemen oder freien Morphemgefügen besteht, z. B. *Schreibtisch*. Als zweite Möglichkeit enthält das Kompositum ein Grundmorphem und ein Konfix, z. B. *Stiefmutter*. Bei der dritten Variante besteht das Kompositum aus zwei Konfixen, z. B. *Pyromane*. (Lohde 2006: 36)

In der Wortbildung unterscheidet man zwischen *Determinativkomposita* und *Kopulativkomposita*. Determinativkomposita, bei denen das Bestimmungswort das Grundwort näher bestimmt, sind die häufigste Art der Zusammensetzungen (Lohde 2006: 36f.). Laut Eichinger (2002: 117) bestimmt das Determinatum, auch Grundwort genannt, Genus, Wortart und semantische Klasse, und das Determinans, auch Bestimmungsglied, schränkt die Bedeutung des Wortes auf eine Subklasse ein. Man kann die Elemente in dem Kompositum nicht vertauschen, weil dies die Bedeutung des Wortes verändern würde, z. B. *Filmmusik* -> *Musikfilm*. Die Determinativkomposita können auch mehrgliedrig sein, z. B. *Autobahntankstelle*, die auf eine Tankstelle an der Autobahn hindeutet (Lohde 2006: 36f.).

Die sog. *Possessivkomposita* sind Sonderfälle der *Determinativkomposita*. *Possessivkomposita* werden meist für die Benennung von Personen verwendet, aber sie können auch Pflanzen oder Tiere bezeichnen. Der Unterschied zwischen *Determinativkomposita* und *Possessivkomposita* ist, dass in der *Possessivkomposition* „[...] das Grundwort eine außerhalb der Komposition stehende und somit exozentrische Größe [...]“ charakterisiert (Lohde 2006: 37), z. B. *Milchgesicht* und *Ziegenbart*.

Kopulativkomposita, die man auch *additive* oder *konjunktive Komposita* nennt, kommen im Sprachgebrauch nicht so oft vor wie *Determinativkomposita*. Bei den *Kopulativkomposita* sind die Bestandteile nicht einander untergeordnet, sondern die Elemente können in der Struktur des Kompositums gleichgeordnet sein (Eichinger 2000: 117). Die Bestandteile sind äquivalent und gehören derselben Wortart an. Beispiele von *Kopulativkomposita* sind *Österreich-Ungarn* und *Hemdbluse*. *Kopulativkomposita* lassen sich hauptsächlich in Berufs- und Fachsprachen sowie in Namensbezeichnungen finden (Lohde 2006: 38).

4.2.2 Explizite Derivation (Ableitung)

Die sog. *explizite Derivation* ist der zweite große Grundtyp der Wortbildung, und es bedeutet, dass man Affixe an ein Wort fügt. Durch die Affixe entstehen Neubildungen (Derivate) und in dem Sinne sind die Ableitungen explizit. (Lohde 2006: 38)

Wenn man die UK-Struktur betrachtet, unterscheidet man zwischen *Derivationsbasis* und *Derivationsaffix*. Es gibt auch gewisse Grundmuster, die die Basenarten begrenzen. Die Basis der Ableitung kann ein wortfähiges Grundmorphem oder ein Konfix sein, z. B. *achten* -> *ver-achten*, *Veracht-ung* und *Fehler* -> *fehler-haft*, *fehler-los*. Als Basen verwendet man ferner Wortgruppen, substantivische (z. B. *alte Sprache* -> *altsprachlich*) bzw. verbale Wortgruppen (z. B. *Energie spenden* -> *Energiespend-er*). Für die Ableitung benutzt man auch Eigennamen, z. B. *Sachsen* -> *Sachs-e*, *sächs-isch*. Lohde betont jedoch, dass es nicht immer leicht ist, explizite Ableitungen von substantivischen Komposita abzugrenzen. (Lohde 2006: 38ff.)

Die explizite Derivation entsteht, wenn man Präfixe und Suffixe an die Basis anfügt. Suffigierung spielt in der deutschen Wortbildung eine größere Rolle, weil Suffixe bei allen Wortarten vertreten sind (Lohde 2006: 40). Die Hauptfunktion der Suffigierung ist nach Eichinger (2002: 145) Transposition, indem man die Lexeme in eine andere Wortart umsetzt. Präfigierung wiederum zeigt sich meistens am Verb, aber ist auch bei Substantiv und Adjektiv möglich. (Lohde 2006: 40)

Die sog. kombinatorische Derivation ist eine besondere Ableitungsart, indem man sowohl Suffixe als auch Präfixe an die Basis anfügt. Diese Kombination funktioniert auf verschiedene Weise je nach der Wortart, aber sie wird hier nicht näher betrachtet. (Näheres s. Lohde 2006: 41)

4.2.3 Reduplikation (Doppelung)

Unter der *Reduplikation* versteht man die Doppelung einer Konstituente. Im deutschen Sprachgebrauch kommt die Reduplikation ganz wenig vor, und sie ist besonders auf Substantive aber auch auf Adjektive beschränkt. Es ist zwischen drei Haupttypen zu unterscheiden: einfache Doppelungen, Reimdoppelungen und Ablautdoppelungen. Am häufigsten kommen Reim- und Ablautdoppelungen vor. (Lohde 2006: 43f.)

Einfache Doppelungen kommen normalerweise in der Kinderliteratur und in der Umgangssprache vor. Man wiederholt das gleiche Wort bzw. den gleichen Laut, z. B. *Papa* und *Klein-Klein*. Reimdoppelungen sind häufiger, und sie haben wechselnde Anlautkonsonanten, z. B. *Hokuspokus*. Bei dem dritten Typ, Ablautdoppelung, variieren die Vokale *i* und *a*, z. B. *Singsang* und *Mischmasch*. (Lohde 2006: 43f.)

4.3 Wortbildungsarten ohne Konstituentenstruktur

In folgenden Kapiteln werden die Wortbildungsarten, die keine Konstituentenstruktur haben, beschrieben. Solche Wortbildungsarten sind Konversion, implizite Derivation und retrograde Derivation.

4.3.1 Konversion (Wortartwechsel)

Konversion bedeutet „Wortartwechsel“, der nicht durch Affixe geleistet wird, sondern „durch die Integration in das flexivische Paradigma der Zielwortart“ (Eichinger 2000: 167). Eichinger schreibt dazu, dass die Konversion größtenteils als Substantivierung und als Verbalisierung eine Rolle spielt. Lohde schreibt (2006: 45), dass es keine einheitliche Definition für den Terminus *Konversion* gibt, aber er benutzt die Differenzierung in die sog. reine Konversion und die Präfixkonversion. „Unter der reinen Konversion ist die Neubildung von Wörtern durch Transposition in eine andere Wortart zu verstehen“ (Lohde 2006: 45). Die Präfixkonversion stellt ihrerseits eine spezielle Art von Verbalisierung dar. Der Unterschied ist, dass bei der Präfixkonversion ein Präfix an die substantivische Basis angefügt wird. Bei der reinen Konversion geht es um einen Wortartwechsel, in dem man keine lexikalischen Affixe benutzt oder eine Veränderung des Stammvokals vollzieht. Man unterscheidet auch einzelne Konversionstypen je nach dem Wortart: substantivische, adjektivische, verbale und adverbale Konversion, aber diese werden nicht näher behandelt. (Vgl. Lohde 2006: 45ff. und Eichinger 2000: 168ff.)

4.3.2 Implizite Derivation

Als *implizite Derivation* versteht man laut Lohde (2006: 50) jene Bildungen, die ohne erkennbare Wortbildungsaffixe entstehen. Diese Derivationsart wird hauptsächlich durch einen Stammvokalwechsel begleitet, was auch ein Faktor ist, der diese Art von der Konversion unterscheidet. Die impliziten Ableitungen kann man vorwiegend im Substantivbereich nachweisen. Am häufigsten fungieren starke Verben als

Derivationsbasen. Bei der impliziten Derivation ist auch der Vokalwechsel wichtig, z. B. *greifen* → *Griff* und *brennen* → *Brand* (Lohde 2006: 51).

4.3.3 Retrograde Derivation (Rückbildung)

Bei der *retrograden Derivation* bildet man neue Wörter einer anderen Wortart mit Hilfe von Wegfallen oder Austauschen eines Suffixes. Die Ableitungsbeziehungen sind bei diesen Derivationstypen ein bisschen anders, weil die Endprodukte sich zurückgebildet haben. Retrograde Ableitungen verwendet man im Verb- und Substantivbereich, und die rückgebildeten Verben kommen am häufigsten vor. Rückbildungen können auf verschiedene Bildungsmodelle zurückgehen. Beispiele über Rückbildungen sind *segelfliegen* <- *Segelflug*, *staubsaugen* <- *Staubsauger* und *fernsteuern* <- *ferngesteuert*. (Lohde 2006: 52)

4.4 Kurzwörter und Kurzwort-Wortbildung

Als folgende Wortbildungsart kommen die *Kurzwörter*, die eine Sonderstellung in der deutschen Wortbildung einnehmen. Durch Wortkürzungen kann man neue Wörter schaffen, die Wortart wechseln, und darauf können wiederum neue Wortbildungskonstruktionen gebildet werden (Lohde 2006: 54). Nach Eichinger (2000: 173) stammt die Mehrheit der Kurzwörter aus der Vielfalt von Namen und terminologischen Verwendungen, die in der Gesellschaft täglich vorkommen.

Im deutschen Sprachgebrauch sind Wortkürzungen produktiv, und man kann sie in fast allen Kommunikationsbereichen finden. Sie lassen sich auch nach verschiedenen Arten der Kürzung unterscheiden. In *unisegmentalen Kurzwörtern* bleibt nur der Anfangs- oder Endteil eines Wortes übrig, z. B. *Uni(versität)*. „[...] *Multisegmentale Kurzwörter* setzen sich aus zwei oder mehreren diskontinuierlichen Segmenten einer Vollform zusammen“, z. B. *DAAD* (*Deutscher Akademischer Austauschdienst*) und *Kika* (*Kinderkanal*) (Lohde 2006: 55). Laut Lohde (2006: 57) sind Komposition und Derivation die zwei grundsätzlichen Bildungsarten, die neue Kurzwörter schaffen.

Für diese Arbeit wichtig ist besonders die *Kurzwort-Wortbildung*. Der Unterschied zwischen Kurzwortbildung und Kurzwort-Wortbildung ist, dass die Kurzwortbildung auf der Reduktion längerer Vollformen basiert. In Kurzwort-Wortbildung kombiniert man Kurzwörter und andere Wörter (z. B. PLZ-Verzeichnis) (Fleischer/Barz 1992: 218). Fleischer und Barz definieren die Kurzwort-Wortbildung folgenderweise:

Die Wortbildung mit Kurzwörtern schließt sowohl Kurzwörter mit ein, deren Vollformen substantivische WBK sind, als auch Kurzwörter, deren Vollformen nominale Wortgruppen sind, und zwar vor allem Nominationsstereotype (elektronische Datenverarbeitung -> EDV) und Eigennamen (Deutsches Rotes Kreuz -> DRK). Initialwörter sind die einzige Möglichkeit, „um onymische Wortgruppen und Nominationsstereotype aus mehr als zwei Basiselementen als Kompositionsglieder verfügbar zu machen“ (Fleischer 1982: 193) wie in DRK-Mitglied anstelle von Deutsches-Rotes-Kreuz-Mitglied. (Fleischer/Barz 1992: 221)

4.5 Onymische und deonymische Komposition

Onymische Komposita bezeichnen Wortbildungen, an denen Eigennamen beteiligt sind. Fleischer/Barz (1992: 130) wollen deutlich machen, dass „der Eigenname innerhalb des Wortschatzes eine Sonderstellung einnimmt und sich daraus auch Spezifika für die Wortbildung ergeben“. Es gibt verschiedene onymische Kompositionsmodelle, wo es um die Komposition mit mindestens zwei Eigennamen untereinander geht.

Die onymischen Komposita mit appellativischen Elementen erscheinen häufiger im deutschen Wortschatz. Laut Fleischer/Barz (1992: 132) sind solche Komposita oft mit Bindestrich geschrieben. Es gibt mehrere Modelle um onymische Komposita mit appellativischen Elementen zu bilden. Die Personennamen, die ein differenziertes Erstglied erhalten, z. B. *Werbe-Rudolph* und *Uhren-Schulze*, schaffen ein Modell, die für diese Arbeit wesentlich ist. Man kann auch Vornamen durch ein Adjektiv differenzieren, z. B. *Jung-Siegfried*. Außerdem gibt es Modelle, in denen Eigennamen mit einem Personennamen als Erst- und einem Apellativum als Zweitglied erscheinen, z. B. *Wernersbach* und *Geller-Stadt Hainichen*. (Fleischer/Barz 1992: 132f.)

Wichtiger für diese Arbeit ist die *deonymische Komposition*. Man unterscheidet zwei Typen der deonymischen Komposition: *die Deonymisierung durch appellativisches Zweitglied* und *die Deonymisierung des onymischen Zweitgliedes*. Im ersten Typ sind die Personennamen dominierend als Erstglied. Es gibt viele Möglichkeiten, solche deonymische Komposita zu bilden, aber die Hauptregel ist, dass das Kompositum auf irgendeinen Namen bezogen ist. Beispiele sind *Bach-Konzert*, *Opel-Erfolge*, *Lessingpreis*, *Caspar-David-Friedrich-Gefühle* und *Aschenputtel-Schwester*. (Fleischer/Barz 1992: 134)

Im zweiten Typ, *Deonymisierung des onymischen Zweitgliedes*, generalisiert man das onymische Zweitglied. Dieses Modell ist auch produktiv, und laut Fleischer und Barz erscheinen in diesem Modell auch viele okkasionelle Bildungen. Heutzutage benutzt man dieses Modell häufiger bei Vornamen als Familiennamen. Beispiele von diesem Modell sind *Suppenkaspar*, *Pfeifenheini* und *Schlauberger*. (Fleischer/Barz 1992: 135)

4.6 Anglizismen

Anglizismen spielen eine überraschend wichtige Rolle, wenn es um Okkasionalismen geht, und deshalb finde ich es nötig, Anglizismen gründlich zu behandeln. Im Folgenden werden die unterschiedlichen Definitionen des Anglizismus betrachtet, samt die Typen der Anglizismen präsentiert.

Bei Anglizismen geht es im Großen und Ganzen um den Sprachkontakt des Englischen zum Deutschen (Spitzmüller 2007: 186). Es gibt aber auch andere Definitionen, die den Begriff *Anglizismus* näher beschreiben. Nach Bartsch und Siegrist (2002: 312) bedeutet der Begriff *Anglizismus* im weiteren Sinne „alle aus dem Sprachkontakt einer Sprache mit dem Englischen resultierenden Phänomene der Entlehnung und der Beeinflussung des Sprachsystems der Zielsprache“. Wenn sie den Begriff im engeren Sinne betrachten, geht es bei Anglizismen um „Entlehnungen der lexikalischen Ebene, die sich durch den Sprachkontakt mit dem Englischen im Deutschen etabliert haben“ (Bartsch/Siegrist 2002: 312).

Wenn es mehrere WissenschaftlerInnen gibt, gibt es auch unterschiedliche Definitionen. So ist auch bei Anglizismen der Fall. Meiner Meinung nach erklärt Bußmann den Begriff am deutlichsten, und sie gibt auch Beispiele, die beim Verstehen helfen. Laut Bußmann bedeutet *Anglizismus*:

Aus dem Englischen in eine nicht-englische Sprache übernommener Ausdruck a) als lexikalische Einheiten *eMail*, *Homepage*, *Highlight*, *Hooligan*, b) in idiomatischer Verwendung *World Wide Web*, c) als syntaktische Konstruktion *up to date*, *Global player*, *Roller skating*. (Bußman 2002: 81f)

Bußmann (2002: 81f.) erwähnt auch den Begriff *Denglisch*. Mit diesem Begriff meint man Ausdrücke, bei denen englische Ausdrücke in deutschen Wortbildungs- und Flexionsmustern verwendet werden. Als Beispiel nennt sie u. a. *ausgepowert* und *anklicken*.

Nach Schmitt (1985: 25) kann man bei den Anglizismen auch zwischen Amerikanismen, Britizismen und eventuell auch Wörtern aus dem australischen Englisch unterscheiden, aber in dieser Arbeit ist das nicht sinnvoll. Deshalb wird nur auf solche Wörter konzentriert, die aus den englischsprachigen Ländern stammen. In dieser Arbeit werden alle solche Wörter Anglizismen genannt.

Unter dem Begriff *Anglizismus* sind verschiedene Typen zu differenzieren. Problematisch ist, dass die SprachwissenschaftlerInnen unterschiedliche Meinungen darüber haben. Beispielsweise nennt Yang (1990: 9) drei verschiedene Typen von Anglizismen, wohingegen Bartsch nur zwei Typen unterscheidet.

Bohmann (1996: 19f) unterscheidet vier Typen von Anglizismen. Der erste Typ heißt *konventionaler Typ*. Die Anglizismen, die in diese Gruppe gehören, sind allgemein üblich und bekannt, und sie werden in der Sprache auch oft verwendet. Manchmal können sie sich auch orthographisch oder phonetisch von ihren englischen Originalen unterscheiden. Beispiele von konventionalen Typen sind *Computer* und *Manager*.

Dem zweiten Typ gehören die Anglizismen, die dem deutschen Phonem-Graphem-System angepasst sind an. Die Kennzeichen dieser Anglizismen sind deutsche Suffixe und Präfixe, die man den Wörtern hinzugefügt hat. Dieser Typ kommt besonders häufig bei Verben vor, z. B. *stoppen* und *klicken*. (Bohmann 1996: 19f.)

Den dritten Typ der Anglizismen nennt Bohmann (1996: 19f.) *anglizistischen Kombinationstyp*. Bei diesem Typ werden englische Wörter mit deutschen Wörtern verbunden. Normalerweise behalten die englischen Wörter ihre Orthographie, aber sie werden mit einem Bindestrich an ein deutsches Wort angefügt, z. B. *Open-air-Knopf*. Der vierte und letzte Typ der Anglizismen sind *neue Anglizismen*. Normalerweise werden diese Anglizismen erst von der Werbesprache propagiert, und deshalb kommen sie sehr selten in der allgemeinen Sprache vor. Die neuen Anglizismen setzen sich entweder durch oder bleiben ein einmaliger Werbegag, z. B. *Five-pocket-jeans*. (Bohmann 1996: 19f.)

Yang schreibt auch über Anglizismen im Konventionalisierungsprozess. Laut Yang (1990: 9) werden solche Anglizismen ziemlich oft verwendet, aber trotzdem kommen sie vielen Deutschen fremd vor. Beispiele für solche Anglizismen sind u. a. *Gay* und *Underdog*. Anglizismen im Konventionalisierungsprozess werden laut Yang (1990: 9) entweder konventionelle Wörter oder verschwinden aus dem deutschen Sprachgebrauch.

4.7 Bindestrich

Es gibt gewisse Regeln für den Gebrauch des Bindestrichs. In dieser Arbeit kommen viele Komposita vor, die mit einem Bindestrich geschrieben sind. Deshalb finde ich es sinnvoll, einige Regeln für den Gebrauch des Bindestrichs vorzustellen.

Man muss den Bindestrich verwenden, „wenn die Zusammensetzungen mit Buchstaben, Ziffern oder Abkürzungen gebildet werden und wenn es sich um mehrteilige Zusammensetzungen mit Wortgruppen handelt“ (*Die deutsche Rechtschreibung* 2006:

39). Man kann sie aber auch in anderen Fällen verwenden, z. B. wenn man einzelne Bestandteile hervorheben möchte, wie in *Ich-Sucht*. In unübersichtlichen oder schlecht lesbaren Zusammensetzungen kann man auch einen Bindestrich setzen, z. B. *Umsatzsteuer-Tabelle* oder *medizinisch-technisch*. Wenn man einen Bindestrich verwendet, kann man auch Missverständnisse vermeiden, z. B. *Druck-Erzeugnis* im Vergleich zu *Drucker-Zeugnis*. (*Die deutsche Rechtschreibung* 2006: 39f.)

In Aneinanderreihungen und Zusammensetzungen mit Wortgruppen wie *Magen-Darm-Katarrh* und *Mund-zu-Mund-Beatmung* muss man immer den Bindestrich zwischen die einzelnen Wörter setzen. Auch die Infinitive, die substantivisch gebraucht sind, z. B. *das nicht-mehr-fertig-Werden* schreibt man mit Bindestrichen, um das Lesen zu erleichtern. (*Die deutsche Rechtsschreibung* 2006: 41)

5 JUGENDSPRACHE

Weil die Jugendzeitschrift *Bravo* als Korpus der Arbeit dient, wird die Sprache der Jugendlichen jetzt vorgestellt. In diesem Kapitel werden die Termini *Sondersprache* und *Jugendsprache* behandelt. Außerdem wird erörtert, ob Jugendsprache typische Merkmale hat und wie die Lexik der Jugendsprache aussieht.

5.1 Zu den Termini *Sondersprache* und *Jugendsprache*

Eine viel benutzte Definition der *Jugendsprache* bietet Küpper: Jugendsprache sei ein „Jargon einer bestimmten Sondergruppe“, der den „größeren und wertvollen Teil der Jugend erniedrigt und beleidigt“ (Küpper 1961: 188, zit. nach Schlobinski/Heins 1998: 10). Jugendsprache hat man früher als negativ betrachtet, und man hat Jugendsprache als „halbwüchsigensprachlich“ markiert. In einem Wörterbuch hat man Jugendsprache auch mit Knastsprache verglichen. Jugendliche werden oft also als am Rande der Gesellschaft betrachtet. Heute definieren Sprachwissenschaftler Jugendsprache jedoch als „ein komplexes sprachliches Register“ (Schlobinski/Kohl/Ludewigt 1993: 12). Auf jeden Fall kann man Jugendsprache als eine *Sondersprache* klassifizieren. (Schlobinski/Heins 1998: 10)

Nach Ehmann (1992: 13) sind Sondersprachen Sprachformen, die von der Standardsprache abweichen. Solche Sprachen sind u. a. Standes-, Berufs- und Fachsprachen sowie gruppenspezifische Sprachen. Zu den gruppenspezifischen Sprachen ist auch die Jugendsprache zu zählen. Typisch bei den Sondersprachen ist, dass man alltägliche Wörter vermeidet und bisher unbekannte Wörter, sog. *Neologismen* kreiert. Ein zentraler Unterschied zwischen Sondersprachen und Standardsprachen ist auch die Sonderlexik, die zu den gruppenspezifischen Interessen und Bedürfnissen entwickelt wird. *Sonderlexik* bedeutet folglich „[...] spezifische Sprachkonventionen, die sich von denen anderer Gruppen in der gleichen Gesellschaft unterscheiden“. (Ehmann 1992: 13ff.) Es ist aber zu beachten, dass die Sonderlexik nicht unbedingt immer Sonderlexik bleibt. Wie Ehmann das formuliert:

Je größer nun der gruppeninterne Popularitäts- und Verbreitungsgrad eines anderssprachlichen Ausdrucks bzw. je höher der soziale Einfluß der entsprechenden Gruppierung ist, aus welcher jener originär stammt, desto größer wird analog dazu die Wahrscheinlichkeit, dass der ursprünglich spezifisch anderssprachliche Ausdruck in den sich stetig verändernden allgemeinen Sprachgebrauch eingeht und mit der Zeit zu einem selbstverständlichen Element des allgemein bekannten Wortschatzes wird. (Ehmann 1992: 16)

Androutsopoulos findet es unproblematisch, eine Beschreibung zu dem Begriff Jugendwortschatz zu geben. Er schreibt, dass es im Jugendwortschatz um Wörter und Ausdrücke geht, die nicht zur Standardvarietät gehören und die man oft in Gruppen verwendet. Androutsopoulos kommentiert, dass man die jugendspezifischen Wörter auch manchmal als Stereotype des jugendlichen Sprachverhaltens benutzt. (Androutsopoulos 1998b: 9)

Androutsopoulos (1998a: 33ff.) erörtert, dass es Uneinheitlichkeiten darüber gibt wie man den Begriff *Jugendsprache* definieren soll. Die Definitionen hängen auch davon ab, ob die Erklärungsansätze soziolinguistisch, kommunikativ-pragmatisch oder psychologisierend sind. Trotz Uneinheitlichkeiten gibt es jedoch zwei Faktoren, die allen Definitionen gemein sind: „[...] zum einen werden alle Zuordnungen von Gruppenbezug abhängig gemacht, zum anderen wird die Jugendsprache als primär lexikalisch markiert angesehen“ (Radtke 1990: 137, zitiert nach Androutsopoulos 1998: 33).

Obwohl es unterschiedliche Definitionen für Jugendsprache gibt, ist der Begriff für diese Arbeit klar. Unter Jugendsprache versteht man in der vorliegenden Arbeit eine Sondersprache, die junge Menschen sprechen, um einer Gruppe zu zugehören. Typische Merkmale für Jugendsprache sind z. B. jugendspezifische Wörter und andersartige Ausdrücke. Jugendsprache muss jedoch nicht überall ähnlich sein, sondern sie kann z. B. nach Regionen variieren.

5.2 Entstehung der Jugendsprache

Subkultureller Wortschatz entwickelt sich normalerweise dann, wenn Angehörige einer Subkultur keine passenden Ausdrucksformen in der Alltagssprache finden können. Deshalb kreiert eine Subkultur Ausdrucksformen, die sich besser für die Gruppe und ihre Bedürfnisse eignen. Unter Jugendlichen gibt es aber unterschiedliche Individualitäten und deshalb auch viele unterschiedliche jugendliche Subkulturen, z. B. politische Gruppen, Fan-Gruppen und Stil-Gruppen. Aus diesem Grund kann man feststellen, dass auch mehrere Teiljugendsprachen existieren. (Ehmann 1992: 26f.)

Nach Schlobinski und Heins (1998: 13) entstehen jugendkulturelle Stile und Sprachstile wegen des Zusammenwirkens dieser zwei Momente: „[...] dem Rückgriff auf spezifische kulturelle Ressourcen, die über einen nicht unwesentlichen Teil über die Medien vermittelt werden einerseits und der Schaffung neuer Zusammenhänge andererseits“.

5.3 Merkmale der Jugendsprache

Hennes Untersuchung, die Schlobinski, Kohl und Ludewigt (1993: 22) als erste, bekannteste und breit empirisch fundierte bezeichnen, kommt zu dem Ergebnis, dass Jugendsprache ein „spielerisches Sekundärgefüge“ ist, das spezielle strukturelle Formen hat. Diese strukturellen Formen zusammen bilden einen sprachlichen Jugendton. Nach Henne (1986: 208f.) sind diese strukturellen Formen Grüße, Anreden und Partnerbezeichnungen, griffige Namen und Sprüche. Außerdem wenden Jugendliche geschwinde Redensarten und Floskeln an und favorisieren auch metaphorische Sprechweisen. Henne berichtet auch, dass man Entzückungs- und Verdammungswörter verwendet und oft mit der Sprache spielt. In der Rede der Jugendlichen kommen nach Henne die Lautverkürzungen und -schwächungen deutlich vor, aber diese Merkmale sind in der Arbeit nicht relevant, weil Jugendsprache in geschriebenen Texten untersucht wird. Das letzte Merkmal, das Henne mitteilt, ist die Wortbildung. Laut Henne verwenden Jugendliche viele Neuwörter, Neubedeutungen und Neubildungen,

aber auch Worterweiterungen und Kurzwörter. (Henne 1986: 298f.) Die letzterwähnten Merkmale bilden auch den Hauptteil dieser Arbeit.

In einer anderen Untersuchung, die von Heinemann gemacht wurde, wurden auch andere Merkmale hervorgebracht, z. B. Polysemie, Analogiebildungen, Sonderwortschätze, Regionalismen, Archaismen und Fremdwörter, speziell Anglizismen (Schlobinski/Kohl/Ludewigt 1993: 25f.). Schlobinski, Kohl und Ludewigt (1993: 27) schreiben, dass die Anglizismen auch generell eine wichtige Rolle im Deutschen spielen. Deshalb ist es kein Wunder, dass man sie auch in der Jugendsprache verwendet. Bei der Bildung von Wörtern, Wendungen und Ausdrücken können auch andere Fremdsprachen eine Rolle spielen, nicht nur Englisch. Wegen der kulturellen und sprachlichen Amerikanisierung dominiert jedoch das Englische. Bei Jugendlichen ist es auch beliebt, ausländische Wörter und deutsche Suffixe zu verbinden, z. B. *jumpen* und *softig*. Andererseits werden auch deutsche und fremdsprachige Wörter zusammengesetzt, z. B. *übercool* und *hyperstark*. (Ehmann 1992: 117f.)

Auch Androutsopoulos diskutiert die Wichtigkeit der Anglizismen. Nach ihm hat die Verwendung der Anglizismen „[...] den Stellenwert einer ‚sprachlichen Brücke‘ zwischen vergleichbaren Jugendgruppen aus unterschiedlichen Ländern“ (Androutsopoulos 1998: 583). Er schreibt, dass Anglizismen im Allgemeinen mit Musik und Jugendkultur assoziiert werden, und dass sie aus Medien und Textsorten der Jugendkultur stammen. Die Kultur spielt also eine große Rolle für Jugendsprache. Außer Kultur nennt Androutsopoulos den Drogen-, Musik- und Psycho-Jargon als Quellen des Jugendwortschatzes. (Androutsopoulos 1998a: 38)

Weil die zwei Untersuchungen von Heinemann und Henne unterschiedliche Ergebnisse aufweisen, kann man feststellen, dass es nicht nur eine Sprache der Jugendlichen gibt. Die Definition der Jugendsprache ist also nicht so einfach. Laut Ehmann (1992: 15f.) ist es auch problematisch, von *einer* jugendspezifischen Sonderlexik oder von *der* Jugendsprache zu sprechen, weil es innerhalb der Kommunikation Jugendlicher unterschiedliche Erscheinungen *jugendtypischer Besonderheiten* gibt. Deshalb sollte man nach Ehmann besser von *jugendspezifischen Sprachvarietäten* sprechen.

Die Rolle der Medien kann man auch deutlich in den Sprachstilen der Jugendlichen sehen: die Themen sind oft mit Musik, Musikvideos, Filmen und Mode verbunden. Das Mediawissen ist heutzutage so bekannt bei Jugendlichen, dass es keine Probleme verursacht, Themen von den Medien in die Kommunikation einzubringen. (Schlobinski/Heins 1998: 13ff.) Die Massenmedien sind auch ein wichtiger Faktor beim Schaffen neuer Wörter – populäre Musikgruppen und Sänger, Schauspieler, Film- und Musikproduzenten sowie Journalisten spielen in diesem Prozess eine wichtige Rolle. (Ehmann 1992: 72) Man kann also feststellen, dass Werbung und Massenmedien Sprachmoden vermitteln. Weil die Jugendlichen „in“ sein möchten, führt es häufig dazu, dass man sprachlichen Trends und Moden folgt. Wenn man jugendliche Sonderlexik betrachtet, kann man die Rolle der Jugendmedien laut Ehmann (1992: 75) sehr deutlich sehen. Nach Rogge ist die Sprache der Jugendlichen sowieso kein Produkt der Medien, sondern die Sprache ist in Abhängigkeit von Medienerfahrungen entstanden. Auf diese Weise sind Medienerfahrungen als Teil von Alltagserfahrungen zu definieren. (Schlobinski/Kohl/Ludewigt 1993: 35)

Androutsopoulos behandelt auch das Verhältnis zwischen Jugendsprache und Massenmedien. Laut ihm ist die Jugendsprache heutzutage zu kommerziell geworden. Die Werbung und Lexika in Medien können deshalb leicht die Jugendsprache beeinflussen, und Jugendsprache wird auf diese Weise ein Medienprodukt. (Androutsopoulos 1998a: 38f.)

Jugendliches Spiel mit Sprache ist auch durch Medien gekommen, und die Funktionen dieses Spiels sind Spaß und Zerstreuung. Laut Ehmann (1992: 66) gehören Spontanerfahrungen und Kreativität zu den Merkmalen der Jugend- und Identitätsphase. Aus diesem Grund sieht man die Sprache als „Spielweise“ für Jugendliche.

In seinem Werk *Jugendsprache und Dialekt* schreibt auch Ehmann (1992: 67) über wesentliche Merkmale der jugendlichen Sonderlexik. Für wichtige Merkmale hält er Wortbedeutungswandlungen, Sinnveränderungen, witzige und unerwartete Effekte sowie Wortspielereien und Neuprägungen. Auch Ehmann betont Neologismen, die in

der Jugendsprache größtenteils vorkommen. Außerdem sind jugendliche Sprachvarianten meist stark situationsgebunden (Ehmann 1992: 70).

Androutsopoulos schreibt über das Konzept des „Age-grading“, die alterspezifische Unterschiede im Sprachgebrauch untersucht. Das Konzept umfasst laut Androutsopoulos (1998a: 27) „[...] alle sprachlichen Charakteristika einer Lebensphase“. In dem Konzept gibt es zwei Arten von Merkmalen: *alters-exklusive* und *alters-präferentielle*. Die alters-exklusiven Merkmale können physiologisch, entwicklungsbedingt oder kulturspezifisch sein, aber diese Merkmale sind im Prinzip nur bei Individuen einer spezifischen Altersklasse zu finden. Der jugendspezifische Wortschatz ist als kulturspezifisches altersexklusives Merkmal zu definieren. Die alters-präferentiellen Merkmale erfassen dann Unterschiede, die in einer gewissen Altersklasse vorkommen. (Androutsopoulos 1998: 26f.)

5.4 Jugendsprache anstatt Standardsprache

Die Resultate einer Untersuchung von Ehmann zeigen auch die Meinungen der Jugendlichen, und warum sie Jugendsprache gegenüber der Standardsprache benutzen. Jugendliche sind der Meinung, dass ihre eigene Sprache „konkreter und farbiger“, „flexibler“ und „einfacher und verständlicher strukturiert“ ist. Außerdem meinen sie, dass es leichter ist, mit der Jugendsprache Gefühle und Stimmungen auszudrücken. (Ehmann 1992: 61)

Ehmann (1992: 66) schreibt, dass eine Funktion der Jugendsprache ist, Zugehörigkeit zu signalisieren. Unter Jugendlichen spielt das Gruppenerlebnis also eine gewisse Rolle. Junge Menschen verbringen ihre Zeit am liebsten in der Gemeinschaft Gleichaltriger, weil die sozialen Interaktionen eine große Hilfe bieten. Über die Wichtigkeit einer speziellen Gruppe schreibt auch Jürgen Zinnecken:

Die Gruppe ist das soziale Medium, das das verletzte Ich der Jugendlichen mit einem schützenden Mantel umgibt und das zugleich Anlaß ist, Selbstbestätigung und Ich-

Erhöhung in und durch Aktionen der Gemeinschaft zu erfahren. (Zinnecken 1979: 39, zit. nach Ehmann 92: 65)

Nach Androutsopoulos fungieren die jugendlichen Ausdrucksweisen als Mittel, die soziale Identität herzustellen. Wichtig ist auch, dass man sich von anderen Generationen und Gruppen unterscheidet. Dass man zu Peer-Gruppen gehört, bedeutet viel für Jugendlichen. (Androutsopoulos 1998b: 22)

Nach Ehmann (1992: 70) glauben beinahe alle Jugendlichen, dass man mit der traditionellen Standardsprache jugendspezifische Innenwelten nicht verbalisieren kann. Außerdem behaupten sie, dass die Standardsprache „[...] zur Einlösung ihres drängenden Anspruchs auf wirkliche Verständigung nicht geeignet ist“ (Ehmann 1992: 70). Eine 16-jährige Schülerin hat das besser ausgedrückt:

Gefühle sind – und waren es immer schon – schwierig zu beschreiben. Die uns zur Verfügung stehenden Wörter reichen oft nicht aus, um das auszudrücken, was man fühlt. Eigene Kreativität und Phantasie müssen her, um anderen und vor allem sich selbst klarzumachen, was man meint (fühlt). Oft treffen unsere >jugendlichen< Begriffe den Kern viel genauer als die der Erwachsenen. Angenommen, an einem Tag läuft alles schief, man ist frustriert und lustlos: Verdeutlicht ein >sich hohl fühlen< oder >sich matt fühlen< nicht die Gefühlslage viel wahrheitsgetreuer als das simple >sich schlecht fühlen<? (So Hullen 1989: 182, zitiert nach Augenstein 1998: 172)

6 OKKASIONALISMEN IN DER JUGENDZEITSCHRIFT *BRAVO*

Jetzt folgt der Analyseteil der Arbeit. In diesem Kapitel werden die in zwei *Bravo*-Jugendzeitschriften gefundenen Okkasionalismen analysiert. Bei der Untersuchung wird davon ausgegangen, dass es viele Anglizismen gibt, und dass die okkasionellen Bildungen hauptsächlich durch Komposition entstanden sind. Diese Hypothesen basieren auf der Theorie. Androutsopoulos (1998a: 36) schreibt, dass im jugendsprachlichen Wortschatz die Wortbildung das wichtigste Mittel ist. Deshalb finde ich es sehr interessant zu untersuchen, was für Wortbildungen man im Korpus finden kann.

Das Untersuchungsmaterial besteht wie erwähnt aus zwei Ausgaben der Zeitschrift *Bravo*. Die Ausgaben sind die im Februar 2008 erschienene Nr. 7 und die im März erschienene Nr. 11. Um ein Gesamtbild der Okkasionalismen in *Bravo* zu bekommen, wird die ganze Zeitschrift betrachtet. Das bedeutet, dass auch in Bildtexten vorgekommene Okkasionalismen analysiert werden. Insgesamt umfasst das Korpus 250 Okkasionalismen. In der Analyse werden Bildungen als Tokens behandelt. Deshalb sind einige Bildungen im Korpus zwei oder drei Mal zu finden. Im Korpus ist die Zahl in Klammern markiert. Folgende Wörterbücher bilden die Kriterien der Arbeit: *Deutsches Neologismenwörterbuch* (2007) und DUW (2007). Wenn die Bildungen nicht in diesen Wörterbüchern zu finden sind, werden sie als Okkasionalismen behandelt.

Als Untersuchungsgegenstand wurde die Zeitschrift *Bravo* gewählt, weil sie über das Leben der Jugendlichen schreibt. Die Zeitschrift schreibt über die Freude und Trauer der Jugendlichen, aber gibt auch Hinweise auf die neuesten Trends und Stile. Weil die Zeitschrift an junge Menschen gerichtet ist, ist die Schreibweise auch jugendlich. Artikeln in *Bravo* enthalten viele neue und ungewöhnliche Wortbildungen, und aus diesem Grund passt die Zeitschrift gut zum Thema dieser Arbeit. Vor der Analyse wird die Jugendzeitschrift *Bravo* kurz präsentiert.

6.1 Die Jugendzeitschrift *Bravo*

Die Zeitschrift *Bravo* ist die am weitesten verbreitete Jugendzeitschrift in Deutschland, und erscheint schon seit 50 Jahren. Sie erscheint wöchentlich und die Reichweite der Zeitschrift ist 1,41 Millionen. Laut Angabe des Heinrich Bauer Verlags ist *Bravo* „[...] das erfolgreichste Jugendmagazin Europas und Marktführer im Segment der Jugendzeitschriften“ (Heinrich Bauer Verlag 2009). Der Heinrich Bauer Verlag wirbt für die Zeitschrift folgenderweise:

Seit 1956 informiert das einzige wöchentliche Entertainmentmagazin auf dem deutschen Markt die 12- bis 19-Jährigen topaktuell über Stars und Newcomer der internationalen und nationalen Musikszene, über Klatsch und Tratsch aus dem Musik- und Showbusiness, über Neuigkeiten aus Film und Fernsehen sowie Mode- und Lifestyletrends. (Heinrich Bauer Verlag 2009)

Außer den aktuellen Artikeln bietet *Bravo* auch Jugendberatung durch das Dr.-Sommer-Team. Das Team antwortet auf alle Fragen, die etwas mit Liebe, Körper, Sexualität und Erwachsenwerden zu tun haben. Andere beliebte Rubriken in *Bravo* sind „der Leserpreis OTTO“, „die Foto-Love-Story“ und „die Starschnitten“. (*Bravo.de* 2009)

Laut Schlobinski, Kohl und Ludewigt (1993: 28ff.) gibt es viele Merkmale der Jugendsprache in *Bravo*. Was am deutlichsten vorkommt, sind die Anglizismen. Diese Anglizismen entstammen den Wortfeldern Unterhaltung, Mode, Musik, Freizeit und Sport, u. a. *Touch*, *Leggins*, *Fashion*, *Look*, *Sound*, *Body* und *Seventies-Look*. Andere Hauptmerkmale der Jugendsprache sind Hyperbeln bzw. Verstärkungswörter, und sie kommen besonders in folgenden Rubriken der Zeitschrift vor: „Musik und Stars“, „Film/TV“ und „Mode/Kosmetik“. Außerdem sind Lautwörter, Grußformen, Derivationen und Phraseologismen typisch für den Stil der Zeitschrift. Die Werbeanzeigen spielen auch nach Schlobinski, Kohl und Ludewigt eine wichtige Rolle, wenn man an die Jugendsprache denkt – sie zieht alle Register des Jugendtons. (Schlobinski/Kohl/Ludewigt 1993: 28ff.)

6.2 Wortbildung

Das Hauptziel der vorliegenden Arbeit ist zu untersuchen, wie die okkasionellen Bildungen gebildet sind. Deshalb spielt dieses Kapitel eine wichtige Rolle für die ganze Arbeit. In diesem Kapitel werden also erläutert, welche Wortbildungsarten man am häufigsten in okkasionellen Bildungen verwendet. Außer den traditionellen Wortbildungsarten werden auch die Rolle von sowohl Kurzwörtern als auch onymischen und deonymischen Komposita diskutiert.

6.2.1 Komposition

Wie auch vermutet wurde, sind die okkasionellen Bildungen in *Bravo* meistens durch Komposition gebildet. Von 250 Okkasionalismen sind 247 Komposita. Das bedeutet, dass 98,8 % der Okkasionalismen Komposita sind. Obwohl Komposition eine wichtige Rolle in der deutschen Sprache spielt, hätte ich so eine augenfällige Zahl nicht erwartet.

Wenn man die 247 Komposita näher untersucht, kann man feststellen, dass fast alle Komposita Determinativkomposita sind. In diesen Komposita bestimmt das Bestimmungswort das Grundwort. Beispiele aus dem Korpus sind *Army-Cap*, *Chaos-Image* und *Katzenaugen-Effekt*. Bei den Determinativkomposita gibt es auch zwei Reduplikationen: *Bauchmama* und *Bauch-Mama*.

Im Korpus kann man auch ein Possessivkompositum, das ein Sonderfall des Determinativkompositums ist, finden. Dieses Wort ist *Lese-Maus*. Hier erscheint das Possessivkompositum als Benennung von einer Person. Die Bildung *kuschelig-schön* könnte man sowohl Kopulativkompositum als auch Determinativkompositum bezeichnen. Einerseits sind die Elemente gleichgeordnet äquivalent, andererseits bestimmt das Wort *kuschelig* das Wort *schön*. Im Text verwendet man diese Bildung folgenderweise: „Die neue Wohlfühl-Single ‚Stop And Stare‘ von OneRepublic. Kuschelig-schön und der beste Beweis, dass Ryan und Co. keine One-Hit-Wonder sind!“ (Bravo 7/2008: 5)

Charakteristisch für das Korpus sind die häufig vorkommenden mehrgliedrigen Komposita. Diese sind also Zusammensetzungen, die aus drei oder mehr Teilen bestehen. Solche Komposita können im Korpus 58-mal belegt werden. Meistens werden sie auch mit einem Bindestrich geschrieben. Jeder Beleg kommt nur einmal vor.

In den folgenden Textbeispielen kann man die Verwendung der Komposita sehen:

Daniel (22) hat's kapiert: Die rechteckige Brille in Rot unterstreicht perfekt sein **Chaos-Image!** Die **Küblböck-Brille** ist und bleibt Kult! (Bravo 7/2008: 9)

Stimmt! Unsere Freundschaft leidet schon richtig unter Sarahs **Traumboy-Trauma**. Aber was können wir tun? (Bravo 7/2008: 47)

Aber mit diesem Outfit, gesehen in Hollywood, dringt Ashley Olsen (21) in neue Welten vor. Viel zu weite **XXL-Schlabberklamotten**, kombiniert mit **Riesen-Hippie-Brille** und einer Tasche (vom **Nobel-Label Prada**), die aussieht wie eine Figur aus der „Sesamstraße“ – wow! (Bravo 11/2008: 4)

Solariumsucht! Zweimal die Woche ins **Münz-Mallorca**? Leute, wollt ihr in zehn Jahren eine Haut wie ein Krokodil haben?! (Bravo 11/2008: 5)

Hat der Hollywood-Star seiner kleinen Schwester die Brille geklaut? Die weiße **Mädchen-Sonnenbrille** ist ein **Style-No-Go**, Josh! (Bravo 11/2008: 19)

In der folgenden Tabelle sind alle mehrgliedrigen Komposita aufgelistet. Wie man bemerken kann, sind fast alle Bildungen mit einem Bindestrich verbunden. Zu bemerken sind auch die langen Bildungen, die sehr viel Information mit ihren Gliedern bieten. In der Tabelle gibt es Bildungen, die echte Okkasionalismen sind, aber man kann auch bekannte Bildungen finden. z. B. *Nietenarmband*. Sie sind aber noch nicht lexikalisiert, und wegen der Kriterien der Arbeit gehören sie zum Korpus.

Tabelle 1: Mehrgliedrige Komposita

All-Time-Schlechtesten-Liste	Nacktbadetag
Amy-Winehouse-Story	New-York-Bodyguard
Anti-Bad-Boy	Nietenarmband
Badvorleger-Mantel	Nike-Turnschuhen
Barbie-Plüsch-Camouflage-Look	Nummer-1-Girl
Boyband-Image	Online-Gedenkseite
Bravo-Job-Attacke	Pailletten-Babydoll
Bruce-Darnell-Umstyling-Aktion	Pailletten-Empire-Kleid
Drei-Tage-Bart	Panik- und Ex-Nevada-Tan-Frontmann
”DSDS”-Chef-Juror	Party-Bustierkleid
Eisbärbaby-Hype	Polo-Streifenshirt
Fragen-Hitliste	Raab-Castingshow-Siegerin
Fun-Postkarten	Riesen-Feuerwerk
Glam-Rock-Look	Riesen-Flatscreen
Gurkenlaster-Reinfahrer	Riesen-Hippie-Brille
Gute-Laune-Hit	Riesen-Sonnenbrille
Haarstyle-Veränderung	R’n’B-Traumpaar
”Hannah Montana”-Perücke	Soulja-Boy-Tanz
”High School Musical”-Mania	Star-Geburtstag
Hollywood-Actionfilm	Star-Style-Seite
”HSM”-Fangemeinde	Style-No-Go
Katzenaugen-Effekt	Teenie-Erfolgsserie
Keinohrhasen	To-do-Liste
Knabenchor-Refrain	Tokio-Hotel-Twins
Knallfarben-Look	Traumboy-Trauma
Knutschmund-Alarm	TV-Quasselstrippe
Mädchen-Sonnenbrille	US-Crossover-Band
Millionen-Dollar-Gesicht	Vorher-nachher-Aktion
Mr Möchte-gern-Cool	XXL-Schlabberklamotten

6.2.2 Konversion und Derivation

Obwohl die Zusammensetzung mit Abstand die vorherrschende Wortbildungsart ist, kann man auch andere Wortbildungsarten finden. Eine Wortbildungsart, die zweimal vorkommt, ist die Konversion. Beide Bildungen sind verbale Konversionen: *pimpen* und *kickern*. Bei diesen Bildungen hat man *reine Konversion* verwendet, die man laut Lohde (2006: 48) auch am häufigsten benutzt, wenn es um die verbale Konversion geht. Die okkasionellen Bildungen hat man aus folgenden Wörtern gebildet: Pimp -> *pimpen*, Kicker -> *kickern*. Im Text verwendet man die Bildung folgenderweise: „Als Pascal am nächsten Tag mit Chris **kickert**, ist er unkonzentriert.“ (Bravo 11/2008: 51)

Derivation kommt im Korpus einmal vor. Die Wortbildung ist *Schleifchen*, und das ist eine explizite Derivation bzw. Ableitung, die man mit Hilfe von dem Deminutivsuffix *-chen* gebildet hat.

6.2.3 Kurzwörter und Kurzwort-Wortbildung

Im Korpus sind insgesamt 16 Kurzwörter zu finden. Sie sind alle multisegmentale Kurzwörter bzw. sie bestehen aus zwei oder mehreren diskontinuierlichen Segmenten. Im Korpus sind diese Kurzwörter aber nur ein Teil der ganzen Bildung. Das bedeutet, dass alle 16 Bildungen auch Kurzwort-Wortbildungen sind. Man kombiniert also die Kurzwörter mit anderen Wörtern. Im Text können die Kurzwörter z. B. folgenderweise vertreten sein:

Es war Liebe auf den ersten Blick. Als „**DSDS**“-**Chef-Juror** Dieter Bohlen zum allerersten Mal die raue Stimme von Rania Zeriri (22) hörte, war er sofort hin und weg! (Bravo 11/2008: 8)

Ein bisschen Weiblichkeit würde der verrückten **Männer-WG** allerdings nicht schaden... (Bravo 7/2008: 17)

DER Zac, der durch „High School Musical“ zum Superstar wurde und seitdem als **Mädchenschwarm** nicht mehr zu toppen ist. Wieso küsst der „**HSM**“-**Frontmann** denn einen Jungen? (Bravo 11/2008: 31)

In der Tabelle unten findet man alle Kurzwörter, die im Korpus vorkommen. Die beliebtesten Kurzwörter sind DSDS und HSM, d. h. das populäre Programm *Deutschland sucht den Superstar* und der Film *High School Musical*. Es ist auch zu beachten, dass ein Teil der Komponenten schon lange bekannt sind, z. B. CD, TV, US und XXL. Wenn man diese Komponenten jedoch mit anderen Wörtern verbindet, kann man neue Bildungen schaffen, die nicht lexikalisiert sind.

Tabelle 2: Kurzwörter

CD-Check	”HSM”-Fangemeinde
”DSDS”-Chef-Juror	”HSM”-Frontmann
”DSDS”-Favoritin	”HSM”-Superstar
”DSDS”-Juror	Männer-WG
”DSDS”-King	R’n’B-Traum paar
FKK-Badetag	TV-Quasselstrippe
FKK-Bereich	US-Crossover-Band
”GZSZ”-Soapie	XXL-Schlabberklamotten

6.2.4 Onymische und deonymische Komposition

In *Bravo* gibt es viele Artikel über Prominenten. Deshalb kann man auch onymische und deonymische Komposita im Korpus finden, insgesamt 24. Wie in der Theorie, wurden auch hier die Wörter zuerst in vier Gruppen geteilt: 1) onymische Kompositionsmodelle, 2) onymische Komposita mit appellativischen Elementen, 3) Deonymisierung durch appellativisches Zweitglied und 4) Deonymisierung des onymischen Zweitgliedes. Im Korpus kommen jedoch nur zwei Typen vor. Diese werden jetzt genauer diskutiert.

Der Typ, der am meisten im Korpus vorkommt, ist die Deonymisierung durch appellativisches Zweitglied. Solche Bildungen gibt es im Korpus 21. Gemeinsam für diese 21 Bildungen ist, dass sie immer mit einem Bindestrich verbunden sind. Beispiele

von diesen Bildungen sind *Amy-Winehouse-Story*, *Bohlen-Kritik*, *Disney-Casting* und *Zac-Efron-Puppe*.

Onymische Komposita mit appellativischen Elementen gibt es im Korpus nur 3. Sie sind Bildungen, die mehr Information über eine Person oder einen Ort bieten. Zumindest im Korpus der Arbeit sind sie mit Bindestrich geschrieben: *Bullet-Jay*, *Drama-Bruce* und *Münz-Mallorca*. Im Text kommen die onymischen und deonymischen Komposita z. B. folgenderweise vor:

In den USA ist sein **Millionen-Dollar-Gesicht** überall: Er strahlt von Geschenkpapier, Pyjamas, Grußkarten. Es gibt sogar **Zac-Efron-Puppen**. (Bravo 7/2008: 29)

In Heft 6 war der Aufruf zur großen **Bruce-Darnell-Umstyling-Aktion**. Eine einmalige Chance, die viele Leser nutzten – die Resonanz war der Hammer! (Bravo 11/2008: 61)

In der folgenden Tabelle sind alle 24 onymischen und deonymischen Komposita aufgelistet. Wie schon oben erläutert wurde, geht es in diesen Bildungen oft um Prominenten. Die Wörter *Hollywood* und *Bollywood* kommen auch mehrmals vor.

Tabelle 3: Onymische und deonymische Komposita

Amy-Winehouse-Story	Hollywood-Insider
Barbie-Plüsch-Camouflage-Look	Hollywood-Kolumne
Bohlen-Kritik	Küblböck-Brille
Bollywood-Fieber	Münz-Mallorca
Bollywood-Gott	New York-Bodyguards
Bravo-Job-Attacke	Nobel-Label
Bruce-Darnell-Umstyling-Aktion	Raab-Castingshow-Siegerin
Bullet-Jay	Soulja-Boy-Tanz
Disney-Casting	Soulja-Dance
Drama-Bruce	Tokio-Hotel-Twins
”Hannah Montana”-Perücke	Winehouse-Haus
Hollywood-Actionfilm	Zac Efron-Puppe

6.3 Merkmale der okkasionellen Bildungen

Die okkasionellen Bildungen in *Bravo* haben viele Gemeinsamkeiten. Deshalb werden in diesem Kapitel typische Merkmale der Okkasionalismen behandelt. Die zwei deutlichsten Merkmale sind der Bindestrich und die Anglizismen. Weil diese Zwei Faktoren so häufig im Korpus vorkommen, werden sie getrennt in den Kapiteln 6.3.1 und 6.3.2 behandelt. Ein weiteres Merkmal, die onymische Bildung, wurde schon in Kapitel 6.2 analysiert.

Wenn man das ganze Korpus betrachtet, ist es leicht zu sehen, dass der Hauptanteil aller Wörter Substantive sind. Von den 250 Okkasionalismen sind 235 Substantive. Andere im Korpus vertretende Wortarten sind Adjektive und Verben. Adjektive gibt es insgesamt 13, Verben nur drei. Bei Adjektiven ist interessant, dass sie aus zwei Teilen bestehen – sie sind also durch Komposition gebildet.

In der folgenden Tabelle sind alle Adjektive aufgelistet. Die Komponenten, die mehrmals in der Tabelle vorkommen, sind *mega-* und *super-*. Weil sie andere Wörter

bestimmen, nähern sie sich dem Status des Präfixes. Eventuell könnte man auch die Komponente *-mäßig* in der Bildung *bombenmäßig* für ein Suffix halten. Die Bildung *kuschelig-schön* ist im Korpus zweimal belegt.

Tabelle 4: Adjektive

bombenmäßig	mega-talentierte
hammermäßig	oberpeinlich
kuschelig-schön (2)	partytauglich
mega-angesagt	sauteuer
mega-frustierend	superähnlich
mega-mies	superhappy

Die Verben, die im Korpus vorkommen, sind *kickern*, *niederknutschen* und *pimpen*. Weil es so wenig Verben im Korpus gibt, kann man feststellen, dass sie unter den Okkasionalismen in der Jugendsprache nur schwach vertreten sind. Bei anderen Wortklassen sind Neubildungen zu finden.

Wie schon im vorherigen Kapitel klar wurde, ist die Komposition die meistgebrauchte Wortbildungsart. Deutlich wurde auch, dass die Okkasionalismen oft aus mehreren Gliedern bestehen. Wenn man diese Glieder näher berücksichtigt und die Wörter und Bedeutungen analysiert, kann man viele typische Merkmale finden. Die Wörter erzählen auch ganz viel über das Leben der Jugendlichen.

Wenn man das ganze Korpus analysiert, kann man leicht bemerken, dass die Wörter für junge Menschen geschaffen sind. Die Themen der Wörter sind Musik, Mode, Prominenten und Liebe. Die Bildungen erzählen also über Sachen, die für Jugendliche wichtig sind. Im Korpus gibt es auch viele solche Wörter, die momentan modern sind, und die man viel benutzt. Solche Wörter sind z. B. *mega-*, *ober-*, *riesen-* und *super-*. Mit diesen Wörtern kann man leicht sog. Reihenbildungen schaffen. Andere Wörter, die im Korpus oft vorkommen, sind *Star* (11), *Style* (10), *Party* (5) und *Drogen* (4).

Die Musik spielt eine große Rolle in den Artikeln der Zeitschrift *Bravo*, und das spiegelt sich auch im Korpus der Arbeit wider. Viele Artikel behandeln beliebte Bands oder Sänger, und natürlich gibt es dann Bildungen, die diese Bands oder Sänger beschreiben. Solche Bildungen sind u. a. *Amy-Winehouse-Story*, „*DSDS*“-*King*, *Soulja-Boy-Tanz* und *Panik- und Ex-Nevada-Tan-Frontmann*. Es gibt auch Wörter, die generell mit Musik verbunden sind, z. B. *Aggro-HipHop*, *CD-Check* und *Download-Chart*.

Typisch bei den okkasionellen Bildungen ist auch, dass die Wörter beschreibend sind. Solche Bildungen sind im Korpus u. a. *Gangster-Pose*, *Chaos-Image* und *Riesen-Hippie-Brille*. Wenn man diese Bildungen liest, kann man sich sofort ein Bild vorstellen. Gleichzeitig geben die beschreibenden Bildungen dem Leser viel Information, und deshalb kann man vieles mit nur einer Bildung mitteilen. Beispielsweise gibt die Bildung *Drei-Tage-Bart* viel Information darüber, wie ein Mann aussieht. Die Funktionen der Bildungen sowie die Sprachökonomie werden näher im Kapitel 6.4 behandelt.

6.3.1 Anglizismen

Weil Anglizismen so häufig in der Arbeit vorkommen, werden sie in diesem Kapitel getrennt behandelt. Aus den 250 Okkasionalismen im Korpus sind ganze 151 Anglizismen. Prozentual macht das 60 % aus. In diesem Kapitel werden die Anglizismen in unterschiedliche Typen geteilt. Danach wird noch diskutiert, warum die Anglizismen in der Jugendzeitschrift *Bravo* so eine große Rolle spielen, und warum sie auch in okkasionellen Bildungen oft vorkommen.

Im Folgenden werden die Anglizismen in vier unterschiedliche Typen geteilt. Diese Typen wurden auch im Kapitel 4.7 vorgestellt: 1) konventionaler Typ, 2) dem deutschen Phonem-Graphem-System angepasste Anglizismen und 3) anglizistischen Kombinationstyp. Der vierte Typ enthält sowohl Anglizismen im Konventionalisierungsprozess als auch Anglizismen, die nicht zu den drei ersten Gruppen gehören. Was die Einteilung schwierig macht, ist, dass die Anglizismen im

Korpus eigentlich in viele Gruppen gehören könnten. Die Gruppierung wurde demnach gemacht, zu welcher Gruppe sie am besten passen.

Zu dem konventionalen Typ gehören insgesamt 30 Anglizismen. Sie sind Wörter, die allgemein üblich und bekannt sind. Ein Teil der Anglizismen repräsentieren Bildungen, in denen ein Teil bekannt ist, der andere Teil ist fremd. Beispiele vom ersten Typ sind *Adrenalin-Kick*, *Beach-Style*, *Boyband-Image* und *Internet-Lover*.

Dem deutschen Phonem-Graphem-System angepasste Anglizismen gibt es im Korpus nur 4: *Knutsch-Attacke*, *pimpen*, *Promi-Party* und *Sauerkraut-Attacke*. Durch die Endungen -e, -i, und -en passen die Wörter zu dem deutschen Phonem-Graphem-System. Obwohl nur vier Anglizismen zu diesem Typ gehören, kann man jedoch die deutsche Sprache in fast allen Anglizismen bemerken. In den Artikeln sind die Anglizismen mit großen Anfangsbuchstaben geschrieben. Es ist ein sicheres Merkmal dafür, dass die deutsche Sprache eine Wirkung auf die Anglizismen hat. Die Anglizismen sind also an die Sprache angepasst.

Dem dritten Typ bzw. anglizistischen Kombinationstyp gehören 90 Anglizismen an. Er bildet die größte Gruppe in der Arbeit. Zu diesem Typ gehören also die Bildungen, die sowohl englische als auch deutsche Wörter enthalten, z. B. *Beauty-Falle*, *Eisbärbaby-Hype*, *Nummer-1-Girl* und *Sauber-Image*. Ein Teil der Wörter dieser Gruppe sind jedoch so stark an die deutsche Sprache angepasst, dass es schwer zu entscheiden war, ob die überhaupt als Anglizismen zu zählen sind. Solche Wörter sind beispielsweise *mega-*, *Party-* und *Star-*. Alle Wörter, die aus dem Englischen stammen, wurden jedoch berücksichtigt.

Der vierte und letzte Typ sind Anglizismen im Konventionalisierungsprozess. Wie schon festgestellt wurde, gehören zu dieser vierten Gruppe auch alle anderen Anglizismen, die nicht in die drei oben genannten Gruppen gehören. Solche sind beispielsweise Bildungen, die nur aus englischen Wörtern bestehen. Zu diesem Typ gehören u. a. folgende Anglizismen: *Boogie-Board*, *Drama-Bruce*, *Girly-Shirt* und *Spionage-Trick*.

Weil so viele Anglizismen im ganzen Korpus sind, kann man leicht feststellen, dass die Anglizismen eine wichtige Rolle in der deutschen (Jugend-)Sprache spielen. Es ist aber zu beachten, dass man die Internationalität heute auch in anderen Sprachen bemerken kann. Ein Grund dafür, dass man viele Anglizismen in *Bravo* verwendet, ist, dass die Bands oft ausländisch sind und englische Namen haben.

Alle Anglizismen sind im Anhang 2 aufgelistet. Wenn die Bildung zweimal im Korpus vertreten ist, wird es in Klammern angegeben.

6.3.2 Bindestrich

Wie schon in der Theorie klar wurde, kann man den Bindestrich in vielen Fällen verwenden. In einigen Situationen muss man den Bindestrich verwenden. Bei den 250 Okkasionalismen im Korpus kommt in 206 Bildungen ein Bindestrich vor. Die prozentuelle Menge ist 82 %. Basierend auf dieser Zahl kann man sagen, dass man in okkasionalen Bildungen sehr oft den Bindestrich verwendet. Im Folgenden wird diskutiert, in welchen Situationen der Bindestrich am häufigsten vorkommt.

Besonders bei den mehrteiligen Zusammensetzungen ist die Anwendung des Bindestrichs allgemein, z. B. *All-Time-Schlechtesten-Liste*, *Barbie-Plüsch-Camouflage-Look*, *Bruce-Darnell-Umstyling-Aktion*, *Glam-Rock-Look* und *Panik- und Ex-Nevada-Tan-Frontmann*. Der Bindestrich macht das Lesen leichter, und man kann auch leichter sehen, welche Wörter zusammengehören und welche nicht. Hier gilt auch die Regel, dass man Bindestrich in Aneinanderreihungen und Zusammensetzungen verwendet.

Im Korpus gibt es einige Abkürzungen, und wie schon im Kapitel 4.6 erwähnt wurde, werden sie immer mit einem Bindestrich verbunden. Die folgenden Abkürzungen kommen u. a. im Korpus vor: *CD-Check*, *DSDS-King*, *GZSZ-Soapie*, *HSM-Fangemeinde* und *XXL-Schlabberklamotten*. Eine andere Gruppe, in der man auch immer einen Bindestrich im Korpus verwendet, ist die Gruppe der onymischen Bildungen. Hier will man wahrscheinlich die Namen des Prominenten abheben, und

deshalb verwendet man den Bindestrich, z. B. *Amy-Winehouse-Story*, *Drama-Bruce*, *Soulja-Boy-Tanz* und *Zac-Efron-Puppe*.

Im Korpus gibt es aber auch Bildungen, die auf zwei unterschiedliche Weisen geschrieben sind. Beispielsweise kommt die Bildung *Bauchmama* zweimal vor. Der Unterschied zwischen den Bildungen ist nur, dass sie einmal mit Bindestrich geschrieben wird, und einmal ohne Bindestrich. Ähnlich verhält es sich bei den Bildungen *Fashionboss* und *Fashion-Police*. In solchen Beispielen spielt der Autor des Artikels eine wichtige Rolle – man kann selbst die Entscheidung machen, ob man ein Wort betonen will, oder ob man die ganze Bildung zusammenschreiben will.

6.4 Funktionen

Okkasionalismen kommen in unterschiedlichen Situationen vor, und deshalb haben sie auch verschiedene Funktionen. Jetzt werden die Funktionen der Okkasionalismen betrachtet. Was wird durch die Verwendung der okkasionellen Bildungen erzielt? Diese Frage wird beantwortet.

Normalerweise kommen die Okkasionalismen in *Bravo* in solchen Situationen vor, wo es keine passenden Wörter gibt. Die wichtigste Funktion der Okkasionalismen in der Zeitschrift *Bravo* ist ausdrücklich die Benennung. In der Jugendsprache gibt es so viele neue Phänomene, dass noch nicht alle benannt worden sind. Aus diesem Grund muss man passende Wortbildungen schaffen, die die Phänomene gut beschreiben.

Die Beschreibung ist dann eine andere Funktion, die wichtig für Okkasionalismen ist. Es gibt viele Bildungen im Korpus, die eine bestimmte Erscheinung exakt beschreiben, z. B. *Barbie-Plüsch-Camouflage-Look*, *XXL-Schlabberklamotten* und *Riesen-Sonnenbrille*. Wenn man diese Bildungen liest, kann man sich gut vorstellen wie das Beschriebene aussieht. Im Korpus gibt es viele Wörter, die das Aussehen und die Kleider genau beschreiben.

Wie schon früher klar wurde, spielt Sprachökonomie eine wichtige Rolle, wenn man die Funktionen der Okkasionalismen betrachtet. Beispielsweise bietet der Okkasionalismus *Barbie-Plüsch-Camouflage-Look* sehr viel Information. Wenn man das mit einem Satz zu erklären versuchen würde, bräuchte man viel Platz. Man müsste auch alle Wörter getrennt wiedergeben. In *Bravo* benutzt man Okkasionalismen besonders in Bildtexten. Eine Erklärung dieser Tatsache kann sein, dass es so wenig Platz in Bildtexten gibt. Deshalb muss man Wortbildungen schaffen, die Platz sparend sind. U. a. folgende Okkasionalismen kommen in Bildtexten vor: *Riesen-Flatscreen*, *Party-Bustierkleid* und *Keinohrhasen*.

Deutlich wird auch, dass *Bravo* viele aktuelle Themen als Quellen der Bildungen benutzt. Das heißt, dass wir durch Okkasionalismen auch aktuelle Information bekommen, was besonders für Jugendliche wichtig ist. Eine aktuelle Bildung im Korpus ist *Eisbär-Baby-Hype*. Diese Wortbildung steht deutlich im Zusammenhang mit dem Eisbär Knut, der viele Menschen, sowohl Jugendliche als auch Erwachsene fasziniert hat. Das Programm „Deutschland sucht den Superstar“ kommt auch im Korpus mehrfach vor, z. B. *DSDS-Favoritin* und *DSDS-King*. Dass man viel über das Programm schreibt, bedeutet, dass die Leser der Zeitschrift *Bravo* auch das Programm aktiv verfolgen. Deshalb ist es wichtig, dass die Zeitschrift auch aktuelle Information über das Programm bietet. In *Bravo* schreibt man viel über Prominenten, und deshalb sind Artisten wie Amy Winehouse und Soulja-Boy im Korpus vertreten: *Winehouse-Haus* und *Soulja-Dance*. Viele von den okkasionellen Bildungen kommen besonders in Musik-Artikeln vor.

Weiter wecken die okkasionellen Bildungen Aufmerksamkeit. Besonders die Wortbildungen, die aus vielen Komponenten bestehen, verwundern schon, weil sie so lang sind. Diese längeren Okkasionalismen sind oft auch schwieriger zu lesen und deshalb auffallend. Beispiele von solchen Bildungen sind *Bruce-Darnell-Umstyling-Aktion* und *All-Time-Schlechtesten-Liste*.

Durch die Verwendung okkasioneller Bildungen ist die Sprache und der Stil der Zeitschrift *Bravo* lebendiger und individueller. Wenn man die Okkasionalismen im

Korpus der Arbeit betrachtet, merkt man auch, dass die Wortbildungen eher für junge Menschen geeignet sind. Mit den okkasionellen Bildungen in *Bravo* schafft man deshalb auch eine Stimmung, die für Jugendliche passend ist. Was man auch durch die Verwendung der Okkasionalismen erzielt, ist die Internationalität. Weil so viele Okkasionalismen Anglizismen enthalten, kann man leicht sehen, dass man Einflüsse von englischen Ländern bekommen hat.

Obwohl es unwahrscheinlich ist, dass die Okkasionalismen in der Sprache bleiben, ist es jedoch möglich. Wenn Jugendliche ein interessantes Wort in einem Artikel finden, können sie das zu Benutzen beginnen. Auf diese Weise können die okkasionellen Bildungen sich zu usuellen Wörtern entwickeln. In dem Sinne sind die Zeitschriften sehr wichtig – sie können auf die Sprache Einfluss haben.

6.5 Ergebnisse

Bei der Analyse der Bildung von Okkasionalismen wurde festgestellt, dass die Okkasionalismen im Allgemeinen durch Determinativkomposition gebildet sind. Mehrgliedrige Komposita wurden auch recht viel benutzt. Nur in einigen Fällen wurde Derivation oder Konversion als Wortbildungsart verwendet. Deshalb kann man sagen, dass in der Untersuchung diese fast nie vorkamen. Bei der Wortbildung spielten sowohl Kurzwörter als auch Kurzwort-Wortbildung eine Rolle. In *Bravo* wird viel über Prominenten geschrieben und deswegen kamen auch onymische und deonymische Komposita vor.

Wenn man die typischen Merkmale der okkasionellen Bildungen betrachtet, waren Bindestrich und Anglizismen die vorherrschenden Merkmale. Man könnte diese eventuell auch zur Wortbildung rechnen. Andere Gemeinsamkeiten bei den Okkasionalismen waren der beschreibende Stil der Wörter. Außerdem waren die Okkasionalismen für junge Menschen geschaffen: die Bildungen waren mit Musik, Mode und Liebe verbunden.

Bei der Analyse der Funktionen von okkasionellen Bildungen zeigte sich, dass die wichtigste Funktion die Benennung ist. Andere Funktionen waren Beschreibung, Sprachökonomie und Informationsfluss. Die stilistischen Funktionen spielten auch eine Rolle – der Stil der Wörter hat Einfluss auf die ganze Zeitschrift. Außerdem wecken die okkasionellen Bildungen Aufmerksamkeit, und geben den Jugendlichen das Gefühl, dass sie zu einer Gruppe gehören.

7 ZUSAMMENFASSUNG

Unsere Sprache verändert sich ständig. Alte Wörter verlieren an Bedeutung und neue Wörter entstehen. Weil man Neologismen nicht so viel untersucht hat, bekam ich die Idee, Okkasionalismen zu untersuchen. Der Zweck der vorliegenden Arbeit war, herauszufinden, wie die okkasionellen Bildungen entstanden sind, und was sie für eine Funktion haben. Weil die Sprache der Jugendlichen sehr wechsellvoll ist, wurde die Jugendsprache als Untersuchungsgegenstand gewählt.

In der Arbeit wurde eine Korpusbasierte Analyse durchgeführt. Das Korpus besteht aus zwei Ausgaben der Jugendzeitschrift *Bravo*. Alle okkasionellen Bildungen in *Bravo* wurden mitgezählt, und insgesamt umfasst das Korpus 250 Okkasionalismen. Zwei deutschsprachige Wörterbücher bildeten die Kriterien für die Zusammenstellung der Okkasionalismen: wenn die Lexeme nicht in den Wörterbüchern zu finden waren, wurden sie als Okkasionalismen betrachtet. In der Untersuchung wurden alle Wörter im Korpus analysiert.

Das Hauptziel der Arbeit war zu untersuchen, wie die Okkasionalismen gebildet sind. Ein anderes Ziel war herauszufinden, was man durch die Okkasionalismen erzielt bzw. welche ihre Funktion ist. Auch die typischen Merkmale der Okkasionalismen wurden betrachtet sowie die Rolle der Anglizismen wurde diskutiert. Basierend auf der Theorie wurde erstens vermutet, dass die Okkasionalismen meistens durch Komposition gebildet sind. Weil die Jugendsprache oft Einflüsse aus der Populärkultur bekommt, wurde zweitens angenommen, dass es viele Anglizismen unter den Okkasionalismen gibt.

Obwohl die Resultate voraussehbar waren, habe ich nicht so eindeutige Ergebnisse erwartet. Wie auch angenommen wurde, war die Komposition die produktivste Wortbildungsart mit nicht weniger als 247 Bildungen. Eine Vielzahl von Komposita war auch mehrgliedrig. Bei solchen Bildungen konnte man bemerken, dass die Okkasionalismen für Jugendliche gebildet waren. Onymische und deonymische Komposita kamen auch in der Analyse vor. Der Grund dafür ist vielleicht, dass man in

den Artikeln über Prominenten schreibt. Andere vorkommende Wortbildungsarten waren Konversion und Derivation, aber sie kamen nur insgesamt dreimal vor. Man kann also feststellen, dass sie in dieser Untersuchung nur selten vorkamen. Ganz beliebt war die Verwendung der Kurzwörter und der Kurzwort-Wortbildung.

Die gefundenen Okkasionalismen hatten auch einige gemeinsame Merkmale. Eine Überraschung war, dass fast alle Bildungen Substantive waren. Die Komposita wurden im Allgemeinen mit einem Bindestrich geschrieben, vor allem die mehrgliedrigen Komposita. Wie auch vermutet wurde, war die Anzahl der Anglizismen hoch. Gerade Anglizismen waren eines der bedeutendsten Merkmale in der Arbeit. Inhaltlich waren viele Okkasionalismen mit dem Leben der Jugendlichen verbunden. Die Wörter beschrieben das jugendliche Alter, Prominenten und den Lebensstil. Die Themen, die stark in den okkasionellen Bildungen vorkamen, waren Liebe, Mode und Musik.

In der Jugendzeitschrift *Bravo* haben die Okkasionalismen die Funktion, über den Lebensstil der Jugendlichen zu berichten und unterschiedliche Ereignisse zu beschreiben. Die wichtigste Funktion ist jedoch die Benennung. Ohne Okkasionalismen könnte man neue Phänomene nicht beschreiben. Aus diesem Grund haben die Okkasionalismen eine wichtige Rolle auch in *Bravo*.

Probleme in der Arbeit verursachte die Frage „was ist ein Okkasionalismus?“. Aus diesem Grund spielten die aufgestellten Kriterien eine große Rolle. Mit anderen Kriterien könnten die Resultate der Arbeit auch anders sein. Für einen Nicht-Muttersprachler ist es auch schwierig, die okkasionellen Bildungen zu identifizieren. Weil die Grenze zwischen Neologismen und Okkasionalismen so unbeständig ist, kann das Identifizieren auch für einen Muttersprachler schwer sein.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Analyse deutliche Resultate ergab. Wie angenommen, spielten sowohl Komposita als auch Anglizismen eine bedeutende Rolle in der Arbeit. Die Untersuchung zeigte auch, dass man durch okkasionelle Bildungen wirklich seine eigene Welt schaffen, und Zusammengehörigkeit mit anderen Menschen fühlen kann. Interessant zu untersuchen wäre noch, wie viele von den in

dieser Arbeit vorgekommenen Okkasionalismen sich weiter zu usuellen Bildungen entwickeln. Obwohl das schwer voraussehbar ist, wäre es jedoch nicht unmöglich.

8 LITERATURVERZEICHNIS

8.1 Primärliteratur

Bravo 7/2008.

Bravo 11/2008.

8.2 Sekundärliteratur

Androutsopoulos, Jannis K. (1998a): *Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen*. Frankfurt am Main: Peter Lang.

Androutsopoulos, Jannis K. (1998b): „Forschungsperspektiven auf Jugendsprache“. In: Androutsopoulos, Jannis K./Arno Scholz (Hrsg.): *Jugendsprache – langue des jeunes – youth language*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 1–34.

Augenstein, Susanne (1998): „Jugendsprache in Gesprächen Jugendlicher mit Erwachsenen“. In: Androutsopoulos, Jannis K./Arno Scholz (Hrsg.) (1998): *Jugendsprache – langue des jeunes – youth language*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 167–194.

Bartsch, Sabine/Siegrist, Leslie (2002): „Anglizismen in Fachsprachen des Deutschen“. In: *Muttersprache* 4/2002, 309–323.

Barz, Irmhild (1998): „Neologie und Wortbildung“. In: Teubert, Wolfgang (Hrsg.): *Neologie und Korpus*. Tübingen: Günter Narr Verlag, 11–30.

Barz, Irmhild/Schröder, Marianne (2002): *Wortbildung – praktisch und integrativ. Ein Arbeitsbuch*. Frankfurt am Main: Peter Lang.

Bohmann, Stephanie (1996): *Englische Elemente im Gegenwartsdeutsch der Werbebranche*. Marburg: Tectum Verlag.

Bravo.de (2009). <http://www.bravo.de/online/render.php?render=19728> [15.1.2009].

Bußmann, Hadumond (2002): *Lexikon der Sprachwissenschaft*. 3. aktualisierte und erweiterte Auflage. Stuttgart: Kröner.

Deutsches Neologismenwörterbuch (2007). Hrsg. von Uwe Quasthoff. Berlin: Walter de Gruyter.

Die deutsche Rechtschreibung (2006). 24., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Band 1. Mannheim: Dudenverlag.

- DUW (2007) = Deutsches Universalwörterbuch. 6., überarbeitete und erweiterte Auflage. Mannheim: Dudenverlag.
- Ehmann, Hermann (1992): *Jugendsprache und Dialekt*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Eichinger, Ludwig M. (2000): *Deutsche Wortbildung. Eine Einführung*. Tübingen: Günter Narr Verlag.
- Elsen, Hilke (2004): *Neologismen. Formen und Funktionen neuer Wörter in verschiedenen Varietäten des Deutschen*. Tübingen: Günter Narr Verlag.
- Erben, Johannes (2006): *Einführung in die deutsche Wortbildungslehre*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Fleischer, Wolfgang (1982): *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Niemeyer.
- Fleischer, Wolfgang/Barz, Irmhild (1992): *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Niemeyer.
- Heinrich Bauer Verlag (2009). <http://www.bauerverlag.de/bravo.0.html> [15.1.2009].
- Henne, Helmut (1986): *Jugend und ihre Sprache. Darstellung, Materialien, Kritik*. Berlin: de Gruyter.
- Krieg, Ulrike (2005): *Wortbildungsstrategien in der Werbung*. Hamburg: Helmut Buske Verlag.
- Lohde, Michael (2006): *Wortbildung des modernen Deutschen*. Tübingen: Günter Narr Verlag.
- Matussek, Magdalena (1994): *Wortneubildung im Text*. Hamburg: Helmut Buske Verlag.
- Olsen, Susan (1986): *Wortbildung im Deutschen*. Stuttgart: Kröner.
- Schlobinski, Peter/Heins Niels-Christian (1998): „Jugendliche und ‚ihre‘ Sprache“. In: Schlobinski, Peter/Heins, Niels-Christian (Hrsg.): *Jugendliche und ‚ihre‘ Sprache*. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 9–23.
- Schlobinski, Peter/Kohl, Gaby/Ludewigt, Irmgard (1993): *Jugendsprache*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schmitt, Peter (1985): *Anglizismen in den Fachsprachen. Eine pragmatische Studie am Beispiel der Kerntechnik*. Heidelberg: Carl Winter Universitätsverlag.

- Spitzmüller, Jürgen (2007): „Sprache und Identität: Warum Anglizismen die Gemüter erhitzten“. In: *Muttersprache* 3/2007, 185–197.
- Teubert, Wolfgang (1998): „Korpus und Neologie“. In: Teubert, Wolfgang: *Neologie und Korpus*. Tübingen: Günter Narr Verlag.
- Wilss, Wolfram (1986): *Wortbildungstendenzen in der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- Yang, Wengliang (1990): *Anglizismen im Deutschen. Am Beispiel des Nachrichtenmagazins Der Spiegel*. Tübingen: Niemeyer.

Anhang 1. Das Korpus der Arbeit

Adrenalin-Kick	Drama-Bruce
Aggro-HipHop	Drei-Tage-Bart
All-Time-Schlechtesten-Liste	Drogen-Bekanntschaft
Amy-Winehouse-Story	Drogen-Exzesse
Angeber-Spruch	Drogensumpf
Anti-Bad-Boy	Drogen-Video
Army-Cap	Dschungelkönig
Badvorleger-Mantel	”DSDS”-Chef-Juror
Band-Küken	”DSDS”-Favoritin
Barbie-Plüsch-Camouflage-Look	”DSDS”-Juror
Bauchmama	”DSDS”-King
Bauch-Mama	Einzelkind-Vorteil
Beach-Style	Eisbärbaby-Hype
Beauty-Falle	Farb-Veränderung
Bewerbungs-Marathon (2)	Fashionboss
Bohlen-Kritik	Fashion-Police
Bollywood-Fieber	Film-Verarsche
Bollywood-Gott	Fische-Lady
bombenmässig	FKK-Badetag
Boogie-Board	FKK-Bereich
Boyband-Image	Flirt-Card
Bravo-Job-Attacke	Foto-Box
Bruce-Darnell-Umstyling-Aktion	Fragen-Hitliste
Bullet-Jay	Frauenschwarm
CD-Check	Fun-Postkarten
Chaos-Image	Gangster-Pose
Chartsknaller	Gedenkwebseite
Chat-Bekanntschaft	Geheim-Lover
Chef-Lästerer	Geheimniskrämerei
Deutschrocker	Geisterjäger
Disney-Casting	Girlie-Shirt
Download-Chart	Glam-Rock-Look

Gurkenlaster-Reinfahrer	Laufsteg-Trainer
Gute-Laune-Hit	Lese-Maus
”GZSZ”-Soapie	Liebes-Fluch
Haarstyle-Veränderung	Liebesrausch
hammermäßig	Liebes-Sensation
Hammer-Song	Löffel-Verbiegen
Hammerstimme	Luxus-Juwelier
Hammer-Urteil	Mädchenschwarm (2)
”Hannah Montana”-Perücke	Mädchen-Sonnenbrille
”High School Musical”-Mania	Männerhaushalt
Hollywood-Actionfilm	Männer-Schmatzer
Hollywood-Insider	Männer-WG
Hollywood-Kolumne	Mega-Abräumer
Horrorvorstellung	mega-angesagt
”HSM”-Fangemeinde	mega-frustierend
”HSM”-Frontmann	Mega-Kult
”HSM”-Superstar	mega-mies
Intensiv-Tönung	Mega-Schauspieler
Internet-Lover	mega-talentiert
Jury-Mitglied (2)	Metallic-Effekt
Katzenaugen-Effekt	Millionen-Dollar-Gesicht
Keinohrhasen	Mini-Lautsprecher
Kicker-Krieg	Mr. Möchte-gern-Cool
kickern	Mode-Assain
Kino-Superstar	Modepatzer
Klamotten-Fehlgriff	Modesünde
Knabenchor-Refrain	Münz-Mallorca
Knallbonbon	Musikbon
Knallfarben-Look	Musiktellerrand
Knutsch-Attacke	Musik-Riese
Knutschmund-Alarm	Nacktbadetag
Komplett-Verwandlung	National-Kicker
Küblböck-Brille	Newcomer-Check
kuschelig-schön (2)	New-York-Bodyguard

niederknutschen	R'n'B-Traum paar
Nietenarmband	Rocker-Outfit
Nietenschmuck	Sauber-Image
Nike-Turnschuhen	Sauerkraut-Attacke
Nobel-Label	sauteuer
Nummer-1-Girl	Saybermann-Ruf
Ober-Mentalist (2)	Scheidungs-Gerücht
oberpeinlich	scheiss-erfolglos
Ober-Vampir	Schleifchen
Online-Gedenkseite	Schlüssel-Extra
Outfit-Veränderung	Schoko-Kugel
Pailletten-Babydoll	Schul-Extra
Pailletten-Empire-Kleid	Schurken-Rolle
Palästinenser-Schal	Schönheitswahn
Panik- und Ex-Nevada-Tan-Frontmann	Selbstmordpakt (2)
Party-Bustierkleid	Selbstmord-Serie (2)
Party-Exzesse	Sex-Schwur (3)
Party-Geschmack	Skandal-Auftritt
partytauglich	Skandal-Biographie
pimpen	Sneaker-Regal
Plansch-Session	Solariumsucht
Platin-Rapper	Soulja-Boy-Tanz
Polo-Streifenshirt	Soulja-Dance
Pop-Prinzessin	Spar-Trip
Promi-Party	Spider-Girl
Punk-Wurzel	Spionage-Trick
Raab-Castingshow-Siegerin	Spuk-Ort
Reinheitsring	Star-Blogger
Riesen-Feuerwerk	Star-Geburtstag
Riesen-Flatscreen	Star-Leben
Riesen-Hippie-Brille	Star-Sprüche
Riesenschreck	Star-Style-Seite
Riesen-Sonnenbrille	Star-Twin
Riesenzoff	Star-Urlaub

Star-Wahl (2)	Tattoo-Vorlage
Style-Desaster	Teddybär-Jacke
Style-Gott	Teenie-Erfolgsserie
Style-Guru	Todespakt
Style-Match	To-do-Liste
Style-No-Go	Tokio-Hotel-Twins
Style-Panne	Top-Zeugnis
Style-Police	Traumboy-Trauma
Styling-Profi	TV-Quasselstrippe
Styling-Show	Typ-Veränderung
Styling-Siegerin	Über-Star
superähnlich	US-Crossover-Band
Super-Clique	Wettbewerbs-Situation
superhappy	Winehouse-Haus
Super-Noten	Wohlfühl-Single
Super-Paar	Vollschwuchtel
Super-Rapper (2)	Vorher-nachher-Aktion
Super-Sängerin	XXL-Schlabberklamotten
Surfer-Frisur	Zac-Efron-Puppe
Surfer-Look	

Anhang 2: Anglizismen

Adrenalin-Kick	Foto-Box
Aggro-HipHop	Fun-Postkarten
All-Time-Schlechtesten-Liste	Gangster-Pose
Amy-Winehouse-Story	Geheim-Lover
Anti-Bad-Boy	Girlie-Shirt
Army-Cap	Glam-Rock-Look
Band-Küken	Gute-Laune-Hit
Barbie-Plüsch-Gamouflage-Look	”GZSZ”-Soapie
Beach-Style	Haarstyle-Veränderung
Beauty-Falle	hammermässig
Bollywood-Fieber	Hammer-Song
Bollywood-Gott	Hammerstimme
Boogie-Board	Hammer-Urteil
Boyband-Image	High-School-Musical-Mania
Bravo-Job-Attacke	Hollywood-Actionfilm
Bruce-Darnell-Umstyling-Aktion	Hollywood-Insider
Bullet-Jay	Hollywood-Kolumne
CD-Check	”HSM”-Superstar
Chaos-Image	Internet-Lover
Chartsknaller	Jury-Mitglied (2)
Chat-Bekanntschaft	Kino-Superstar
Deutschrocker	Knabenchor-Refrain
Disney-Casting	Knallfarben-Look
Download-Chart	Knutsch-Attacke
Drama-Bruce	Knutschmund-Alarm
Drogen-Video	Laufsteg-Trainer
”DSDS”-King	Liebes-Sensation
Eisbärbaby-Hype	Luxus-Juwelier
Fashionboss	Mega-Abräumer
Fashion-Police	mega-angesagt
Film-Verarsche	mega-frustrierend
Fische-Lady	Mega-Kult
Flirt-Card	mega-mies

Mega-Schauspieler	Schul-Extra
mega-talentierte	Sex-Schwur (3)
Metallic-Effekt	Sneaker-Regal
Millionen-Dollar-Gesicht	Solariumsucht
Mini-Lautsprecher	Soulja-Dance
Mr. Möchte-gerne-Cool	Spar-Trip
National-Kicker	Spider-Girl
Newcomer-Check	Spionage-Trick
New-York-Bodyguards	Star-Blogger
Nobel-Label	Star-Geburtstagen
Nummer-1-Girl	Star-Leben
Outfit-Veränderung	Star-Sprüche
Pailletten-Babydoll	Star-Style-Seiten
Panik- und Ex-Nevada-Tan-Frontmann	Star-Twin
Party-Bustierkleid	Star-Urlaub
Party-Exzesse	Star-Wahl (2)
Party-Geschmack	Style-Desaster
partytauglich	Style-Gott
pimpen	Style-Guru
Plansch-Session	Style-Match
Platin-Rapper	Style-No-Go
Polo-Streifenshirt	Style-Panne
Pop-Prinzessin	Style-Police
Promi-Party	Styling-Profi
Punk-Wurzeln	Styling-Show
Raab-Castingshow-Siegerin	Styling-Siegerin
Riesen-Flatscreen	superähnlich
Riesen-Hippie-Brille	Super-Clique
R'n'B-Traumpaare	superhappy
Rocker-Outfit	Super-Noten
Sauber-Image	Super-Paar
Sauerkraut-Attacke	Super-Rapper (2)
Schlüssel-Extra	Super-Sängerin

Surfer-Frisur	Traumboy-Trauma
Surfer-Look	TV-Quasselstrippe
Tattoo-Vorlage	Über-Star
Teenie-Erfolgsserie	US-Crossover-Band
To-do-Listen	Wettbewerbs-Situation
Tokio-Hotel-Twins	Wohlfühl-Single
Top-Zeugnis	XXL-Schlabberklamotten